

**PENGARUH PRODUK TABUNGAN, PELAYANAN DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT.BANK PEMBANGUNAN  
DAERAH JAWA TIMUR.Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU  
PANDUGO SURABAYA**

**UMATUS SA'DIYAH NUR ANANDA**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAHARDIKA**

**SURABAYA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Produk Tabungan, Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya yang berjumlah 50 orang, sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 33 responden. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 22.0. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari uji validitas adalah *valid*, uji reliabilitas adalah *reliabel*, dan uji asumsi klasik yang menunjukkan bahwa data normal, dan terbebas dari autokorelasi, multikolinearitas serta heteroskedastisitas. Analisa regresi linier berganda didapatkan permodelan  $Y = 8.290 + 0.050 X_1 + 0.397 X_2 + 0.325 X_3$ . Dari hasil Uji F didapatkan hasil yaitu  $F_{hitung} (33.793) > F_{tabel} (2.54)$ , yang artinya Produk Tabungan (X1), Pelayanan (X2), Promosi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya. Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa Produk Tabungan (X1), Pelayanan (X2), Promosi (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya, dengan masing-masing memiliki  $t_{hitung} (0.423)$ ,  $t_{hitung} (4.306)$ , dan  $t_{hitung} (3.134)$  yang lebih besar dari  $t_{tabel} (2,0484)$

*Keywords:* Produk Tabungan, Pelayanan dan Promosi.

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya sebagai lembaga keuangan yang menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu bank juga dikenal sebagai Tempat

untuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.

Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *funding*.

Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan. Jenis simpanan yang dipilih oleh masyarakat adalah giro, tabungan, sertifikat deposito dan deposito berjangka.

Sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasionalnya. Hal ini sesuai dengan fungsinya bahwa bank adalah lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah dalam bidang jual beli uang. Tentu saja sebelum menjual uang (memberikan pinjaman) bank harus membeli uang (penghimpun dana) sehingga dari selisih bunga tersebutlah bank mencari keuntungan.

Pengertian tabungan menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan /atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Kualitas produk merupakan faktor yang paling penting dalam situasi global saat ini. Suasana kompetisi dan bertambahnya permintaan oleh nasabah yang menyebabkan banyak perusahaan berupaya mewujudkan keinginan untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing dipasaran. Bank, baik perbankan nasional maupun swasta adalah salah satu jenis industri yang bergerak dibidang jasa.

Promosi merupakan salah satu yang ditunggu-tunggu oleh nasabah, karena promosi PT. Bank Jatim cenderung memberikan keuntungan kepada nasabah seperti promo

pembelian pulsa Telkomsel melalui e-channel Bank Jatim dengan begitu nasabah mendapatkan poin yang nantinya semakin banyak poin itu akan berkesempatan besar untuk memenangkan undian yang diadakan oleh PT.Bank Jatim. Dengan begitu nasabah PT.Bank Jatim akan merasa terpuaskan oleh keuntungan tersebut.

Kepuasan nasabah yaitu respon atau tanggapan yang diberikan para nasabah setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk atau jasa, sehingga para nasabah memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapan telah terpenuhi, selain itu kepuasan nasabah juga sering dijadikan sebagai salah satu tujuan utama strategi pemasaran bisnis, baik bisnis yang dijalankan dengan memproduksi barang maupun produk jasa. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas prioritas utama bagi bank. Kepuasan nasabah menyakut keinginan dan kebutuhan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan Perbankan kualitas produk yang diperoleh dari bank.

Bank Jatim adalah salah satu usaha jasa keuangan dengan bentuk Perseroan Terbatas. Perusahaan ini berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan menyediakan produk perbankan dan layanan yang kompetitif. Sebagai satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa keuangan, perusahaan menyadari betapa pentingnya memberikan kepuasan nasabah melalui produk dan pelayanan yang diberikan. Perusahaan ini memiliki visi dan misi untuk menjadi penyedia jasa keuangan nomor satu sebab perusahaan ini menjadi tujuan harapan untuk membangun perekonomian di daerahnya sendiri.

Produk, pelayanan dan promosi yang baik merupakan impian setiap konsumen. Pada dasarnya produk dan pelayanan yang baik merupakan hasil koordinasi antara perusahaan sumber daya manusia didalamnya yang dituntut harus terus dapat mengembangkan produk dan meningkatkan pelayanan untuk menjaga loyalitas serta

meningkatkan kepuasan konsumen. Terlebih untuk jasa keuangan, perusahaan harus dapat memutar pikiran kreativitas untuk terus mengembangkan produk dan mengungguli pesaing.

Kepuasan nasabah tidak hanya didukung oleh produk saja, namun juga sangat berpengaruh terhadap pelayanan dan promosi yang diberikan. Pelayanan, produk promosi yang baik harus diwujudkan perusahaan mengingat banyaknya kompetitor pada wilayah yang sama ataupun diluar wilayah. Dengan mengukur tingkat kepuasan nasabah akan diketahui apakah ada kesenjangan antara kualitas produk layanan yang diharapkan dengan kinerja kualitas produk dan layanan dari produk tabungan yang dirasakan oleh nasabah. Oleh karena itu Bank Jatim perlu mengetahui dan memahami atribut apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah dari suatu produk tabungan. Untuk mengetahui hal tersebut maka perlu diadakan survei mengenai kepuasan nasabah.

Alasan penulis memilih produk tabungan, pelayanan dan promosi sebagai variabel bebas karena penulis melihat masih terdapat nasabah yang hampir setiap harinya menutup rekening tabungan mereka dan pelayanan yang diberikan masih kurang maksimal sebab masih terdapat nasabah yang dibiarkan menunggu lama dalam transaksi. Sebagai perusahaan besar yang telah memiliki jaringan pelayanan, hal ini harusnya dapat lebih diperhatikan sebab pelayanan telah dijadikan tolak ukur untuk membuat nasabah merasa puas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh produk tabungan, pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim kantor cabang pembantu Pandugo Surabaya. Hal ini dikarenakan banyaknya perbankan yang menawarkan jenis produk tabungan, layanan dan promosi yang sejenis dengan produk tabungan, pelayanan dan promosi PT. Bank Jatim.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah produk tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya ?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh produk tabungan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya ?
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya ?
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya ?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

1. Kontribusi praktis

Sebagai bahan masukan pada PT. Bank Jatim dalam masalah pengaruh Produk Tabungan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.

## 2. Kontribusi teoritis

Sebagai wahana pengembangan ilmu, khususnya manajemen pemasaran jasa yang berkaitan dengan pengembangan teori Produk Tabungan serta Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada usaha jasa perbankan. Selain itu penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa untuk menguji dan mengasah kometensi mahasiswa dalam menguasai alat uji statistik dalam penelitian.

### 2.1 Landasan Teori

#### 1. Pengertian Bank

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya, disamping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindah uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dll.

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tanggal 11 november 1998 dalam kasmir (2012:24) tentang perbankan, yang dimaksud perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana darimasyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

##### 2.1.1 Produk Bank

Pendanaan (*funding*) merupakan aktivitas atau kegiatan penyimpanan dana pihak III kepada suatu lembaga keuangan (Bank,BPR, dll.) dengan mengharapkan keuntungan berupa bunga. Produk konvensional *funding* bank yang tetap bertahan sampai saat ini adalah tabungan, rekening giro dan deposito. Produk ini akan tetap ada karena kebutuhan yang mendasar.

Salah satu kunci sukses bank untuk membangun perusahaan adalah produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank yang bersangkutan. Bank harus memiliki berbagai produk unggulan dengan variasi yang dapat di pilih sesuai kebutuhan dengan produk bank lain atau competitor, sehingga ia memiliki keunggulan komperatif dibandingkan bank lainnya.

Produk adalah elemen utama dalam kegiatan pemasaran, karena produk mewakili penawaran yang diberikan pemasar terhadap pembeli dan produk adalah semua yang akan diterima oleh konsumen produk yang di terima baik oleh pasar dan mendapat tempat dalam benak konsumen akan memberikan peluang pada perusahaan untuk memperoleh laba. Perusahaan harus menginvestasikan dananya dalam jumlah besar untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **2.1.2 Pelayanan**

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

Pelayanamerupakan suatu kegiatan yang diberikan produsen kepada konsumen atau perusahaan kepda public untuk member rasa puas dan menanggapi respon konsumen. Pelayana memiliki banyak arti dan pandangan berbeda beda dari setiap individu. Pelayanan yang mengesankan, yang istimewa, dapat menyebabkan kesetiaan pelanggan, misalnya dalam bentuk pra jual kegiatn jual menjual, maupun purna jual yang handal. Beberapa pendapat mengenai arti pentingnya pelayanan ini terlihat dari pengertian pelayanan menuerut para ahli.

Menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:271) mengidentifikasi lima gap (kesenjangan) kualitas pelayanan jasa yang diperlukan dalam pelayanan jasa, kelima gap tersebut adalah :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.

2. Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan jasa.
3. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyampaian jasa.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
5. Kesenjangan antara jasa yang diharapkan dan jasa yang diharapkan.

### **2.1.3 Promosi**

#### **1. Pengertian Promosi**

Pengertian Promosi Menurut Kotler dan Armstrong (2014:76) *Promotion refers to activities that communicate to merits of the product and persuade target customers to buy it.* Definisi tersebut menyatakan bahwa Promosi; mengacu pada kegiatan att berkomunikasi dua Merit produk dan membujukpelanggan sasaran untuk pembeli.

#### **- Indikator –indikator Promosi**

Indikator promosi dapat digunakan perusahaan sebagai tolak ukur apakah pesan yang ingindisampaikan oleh perusahaan sampai pada konsumen yang dituju. Menurut Kotler dan Keller (2016:582) pengertian masing-masing alat promosi sebagai berikut:

- 1) Periklanan ( *Advertising* )
- 2) Promosi penjualan
- 3) *Personal selling*
- 4) Publisitas
- 5) Pemasaran langsung dan iteraktif ( *Direct Marketing* )

### **2.2.3 Kepuasan Pelanggan**

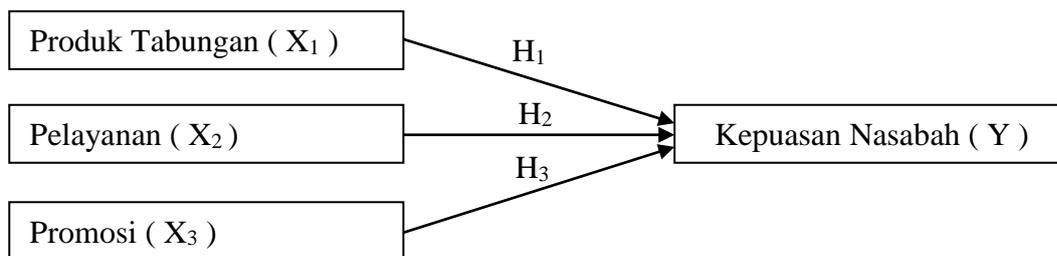
#### **1. Pengertian kepuasan**

Menurut Fandy Tjiptono (2014:353) , kepuasan berasal dari bahasa Latin “Satis” yang berarti cukup baik, memadai dan “Facio” yang berarti melakukan atau membuat.

Pengertian kepuasan akan berbeda dengan satu orang dengan orang yang lain meskipun membeli sebuah produk dalam jenis yang sama. Hal ini disebabkan kepuasan

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptua merupakan sintesa tentang hubungan antara variable yang di susun dari berbagai teori yang telah di deskripsikan (Sugiono,2010:89) didalam penelitian ini terdapat tiga buah variable yang di anggap peneliti memiliki hubungan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Pembantu Pandugo Surabaya. Ketiga variabel tersebut adalah Prosuk Tabungan, Pelayan dan Promosi kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :



### 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah merupakan anggapan dasarnya yang kemudian membuat suatu teori yang masih harus diuji kebenarannya. Berdasarkan pada masalah pokok dan tinjauan pustaka, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1.  $H_1$  = bahwa Produk Tabungan (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y)
2.  $H_2$  = bahwa Pelayanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y)
3.  $H_3$  = Terdapat hubungan antara Produk Promosi (X<sub>3</sub>) dengan Kepuasan Nasabah (Y)

## METODE PENELITIAN

### 1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pada metode ini memiliki ciri pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk numerik. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasional konsep, kemudian generalisasi empiris yang bersandar pada statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian.

### 1.2 Populasi dan sampel

#### 3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2013:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin (dalam Riduwan 2005:65) antara lain sebagai berikut :

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

Dimana

n = Jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = nilai presisi 95% atau sig. = 0,05

Dari rumus rumus Slovin (dalam Riduwan 2005:65) tersebut apabila diaplikasikan dalam penelitian ini dapat diperoleh sebagai berikut :

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

$$n = \frac{125}{100(0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{125}{100(0,0025) + 1}$$

$$n = \frac{100}{0,25 + 1}$$

$$n = 100$$

Jadi, sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya

### 1.3.1 Variabel penelitian

#### 1. Variabel bebas (*independen*)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Menurut Sugiyono (2017: 39) :“Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebasnya adalah :

1) Produk Tabungan (X1)

2) Pelayanan (X2)

3) Promosi (X3)

4) Kepuasan Nasabah (Y)

#### 2. Variabel Terikat (*Dependent*)

## Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu sumber data yang dikumpulkan secara langsung dari obyek yang diteliti.

## Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Studi Pustaka - Observasi - Kuesioner

## Sumber Data

- Analisa Data - Uji Validitas - Uji Reliabilitas

Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi product moment, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_1 Y_1 - (\sum X_1 \sum Y_1)}{\sqrt{n(\sum X_1^2) - (\sum X_1)^2} \sqrt{n \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2}}$$

Dimana :

r: koefisien korelasi

X : skor tiap pertanyaan/item

Y : skor total

N : jumlah responden

Setelah diketahui angka reliabilitasnya, maka angka tersebut dikategorikan berdasarkan tingkat reliabilitas berdasarkan tabel dibawah ini

**Tabel 3.1**  
**Kriteria Reliabilitas**

$r_1$	Keterangan
<0,20	Tidak ada
0,20 - <0,40	Rendah
0,40 - <0,70	Sedang
0,70 - <0,90	Tinggi
0,90 - <1,00	Tinggi sekali
1,00	Sempurna

Sumber:(Sugiyono2006:278)

### **Analisis korelasi (*Rank Spearman*)**

Korelasi *Rank Spearman* dapat digunakan untuk mengetahui ada dan tidaknya hubungan dan variabel, yaitu variabel bebas (analisis laporan keuangan debitur) dan variabel tergantung (kredit investasi) yang berskala ordinal (nonparametrik). Korelasi *Rank Spearman* dapat dirumuskan dengan :

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b}{n(n-1)}$$

(Sugiyono, 2006)

Keterangan :

$\rho$  = korelasi *Rank Spearman*

$B_i^2$  = selisih antara X dan Y

n = jumlah sampel yang diambil

Sebagai pedoman untuk memberikan interpretasi, peneliti menggunakan angka-angka sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Koefisien Korelasi Menurut Guilford**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,019	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

(sumber : Sugiyono, 2009:184)

Untuk menguji tingkat signifikansi hubungan variabel dilihat dari pengujian berdasarkan uji probabilitas (prob) :

Jika Probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima

Jika Probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan penelitian dapat diketahui rata-rata tanggapan responden berkaitan dengan pelayanan dari PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya menyatakan puas atas semua aspek pelayanan.

Hasil ini diindikasikan dengan rata-rata skor jawaban yang diperoleh sebesar 4 dalam interval kelas termasuk kategori  $3,40 < x \leq 4,20$ , yang mengindikasikan bahwa responden menyatakan puas dalam memberikan tanggapan berkaitan dengan pelayanan di PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya

### **Tanggapan Responden berkaitan dengan Promosi**

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui rata-rata tanggapan responden berkaitan dengan pelayanan dari PT. Bank Jatim Kantor Cabang

Pembantu Pandugo Surabaya menyatakan puas atas semua aspek pelayanan.

Hasil ini diindikasikan dengan rata-rata skor jawaban yang diperoleh sebesar 3,8 dalam interval kelas termasuk kategori  $3,40 < x \leq 4,20$ , yang mengindikasikan bahwa responden menyatakan puas dalam memberikan.

### **Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui rata-rata tanggapan responden berkaitan dengan pelayanan dari PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya menyatakan puas atas semua aspek pelayanan.

Hasil ini diindikasikan dengan rata-rata skor jawaban yang diperoleh sebesar 3,8 dalam interval kelas termasuk kategori  $3,40 < x \leq 4,20$ , yang mengindikasikan bahwa responden menyatakan puas dalam memberikan tanggapan berkaitan dengan pelayanan di PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya

## **Uji Reliabilitas dan Validitas**

### **1. Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memenuhi taraf kesesuaian dan kecepatan alat ukur (instrumen) dalam menilai suatu objek penelitian. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Suatu instrument dikatakan valid jika mempunyai validitas tinggi yaitu  $sig < 0,05$ , sebaliknya instrumene yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah dengan nilai  $correlation > 0,05$  (Jongiyanto,2005:120)

### **Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diketahui nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,864 menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi layanan sebesar 0,864 menunjukkan bahwa layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, atau dengan kata lain semakin baik layanan yang diberikan oleh Bank Jatim maka akan semakin menambah kepuasan nasabahnya.

### **Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diketahui nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi Promosi sebesar 9,100 menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, atau dengan kata lain semakin bagus Promosi yang diberikan oleh Bank Jatim maka akan semakin menambah kepuasan nasabahnya.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap pengaruh produk tabungan dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan produk tabungan, pelayanan dan promosi secara serempak adalah positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya

2. Secara parsial variabel produk tabungan dan pelayanan adalah variabel yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Pandugo Surabaya
3. Dari analisis diperoleh nilai ( $R^2$ ) nilai R square sebesar 0,514 berarti 51,4 % variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh produk tabungan, pelayanan dan promosi, sedangkan sisanya 48,6% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Saran**

Dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah :

1. Perusahaan hendaknya terus memperhatikan produk jasa yang dijual khususnya pada Produk Tabungan, keinginan nasabah harus dapat diwujudkan agar tercapainya kepuasan nasabah.
2. Sebaiknya Pelayanan yang diberikan harus terus ditingkatkan oleh seluruh pegawai, standar operasional prosedur perusahaan tentang pelayanan harus dilaksanakan pegawai dengan baik untuk dapat menciptakan rasa Kepuasan pada Nasabah.
3. Sebaiknya Promosi yang diberikan harus terus ditingkatkan oleh seluruh pegawai untuk dapat menciptakan rasa Kepuasan pada Nasabah.
4. Untuk mencapai Kepuasan Nasabah yang dinilai sangat penting untuk keberlangsungan hidup perusahaan, maka pimpinan perusahaan beserta stafnya harus berada pada satu kesatuan untuk bekerja sama agar dapat menciptakan kenyamanan.