

**PENGARUH CITRA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK ACEH SYARIAH KANTOR CABANG
SUBULUSSALAM**

Ridwansyah Harahap¹⁾, Puji Aryani²⁾, Hemma Marlenny³⁾

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Aceh

Email: ridwansyahharahap31@gmail.com, pujiaryani78@gmail.com,
hemmanurdin.07@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini dilakukan terhadap nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam sampel diambil sebanyak 100 orang nasabah. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel citra produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 41,466 dengan probabilitas signifikansi 0,000. Sedangkan secara parsial kedua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan, variabel citra produk dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,196, dan probabilitas signifikan 0,030. Variabel kualitas pelayanan dengan nilai t_{hitung} 4,864 dan probabilitas signifikan 0,000. Berdasarkan uji R Square (R) pengaruh yang diberikan sebesar 46,1% sedangkan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Citra Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah*

Abstract

This study aims to determine the effect of product image and service quality towards customer satisfaction at PT. Bank Aceh Syariah Subulussalam Branch Office. This research is a quantitative research. The population are customers of PT. Bank Aceh Syariah Subulussalam Branch Office. Took a sample of 100 customers. Data collection method is done by distributing questionnaires to respondents. The results of this study indicate that simultaneously the product image and service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. This can be seen from the F-count value of 41.466 with a significance probability of 0.000. While partially the two independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. This is evidenced, the product image variable with a tcount value of 2.196, and a significant probability of 0.030. Service quality variable with a tcount value of 4.864 and a significant probability of 0.000. Based on the R Square test (R) the effect given is 46.1% while the remaining 53.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Product Image, Service Quality and Customer Satisfaction*

A. PENDAHULUAN

Perbankan syariah sebagai salah satu sektor ekonomi yang mengusung konsep pelanggan sentris diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya dibidang layanan transaksi keuangan. Salah satu upaya perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut dapat dimulai dari proses melihat atau mengidentifikasi terlebih dahulu jenis produk atau jasa seperti apa yang dibutuhkan oleh nasabah yaitu dengan melakukan identifikasi terhadap perilaku nasabah, sehingga nasabah dalam mengkonsumsi produk atau jasa yang berbeda satu sama lainnya memperoleh rasa puas terhadap jenis produk yang diberikan.

Kepuasan nasabah sangat penting dalam menentukan kesuksesan bank. Intensitas persaingan dewasa ini membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan, serta berusaha memenuhi harapan nasabah. Salah satu cara untuk mencapai kepuasan nasabah adalah dengan memperhatikan kualitas layanan kepada nasabah. Menurut Kotler (2005) semakin tinggi tingkat kualitas layanan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Selanjutnya, tingginya kepuasan yang dirasakan nasabah akan memberikan dorongan kepada nasabah untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Selain itu, bank yang memprioritaskan kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Upaya suatu bank memenangkan persaingan, citra produk dan pelayanan merupakan faktor utama yang dinilai berhubungan dengan kepuasan nasabah. Pentingnya kepuasan nasabah, mendorong bank untuk mempertahankan nasabah dalam jangka panjang, dan bila mungkin untuk selamanya. Nasabah yang puas memiliki kecenderungan sangat rendah untuk berpindah (*switching*) ke bank lain. Mulyaningsih dan Suasana (2016) menyatakan bahwa, selain ditentukan oleh kualitas layanan kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh citra produk. Selanjutnya dikatakan juga bahwa dengan citra yang baik perusahaan akan mendapatkan nilai tambah yang baik dan juga membuat nasabah senang. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dinyatakan bahwa citra produk dan pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Istilah Bank Islam atau Bank Syariah merupakan fenomena baru dalam dunia ekonomi modern. Kemunculannya seiring dengan upaya masif yang dilakukan oleh para pakar Islam dalam mendukung ekonomi Islam yang diyakini akan mampu mengganti dan memperbaiki sistem ekonomi konvensional yang berbasis pada bunga (*interest*) adalah uang yang dikenakan atau dibayar atas penggunaan uang. Sistem bank syariah menerapkan sistem bebas bunga (*interest free*) dalam operasionalnya, dan karena itu rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam dengan mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadist sebagai landasan dasar hukum dan

operasional. Dasar hukum yang menjelaskan tentang Perbankan Syariah: Al-Qur'an Surat *Al-Baqarah* Ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (البقرة : ٢٧٥)

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.(Q.S. *Al-Baqarah* : 275)

Perkembangan perbankan syariah telah memberi pengaruh luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran baru untuk mengadopsi dan ekspansi lembaga keuangan Islam. Krisis perbankan yang terjadi sejak tahun 1997 telah membuktikan bahwa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan di tengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Kesadaran ini didukung oleh karakteristik kegiatan usaha bank syariah yang melarang bunga konvensional, dan pemberlakuan *nisbah* bagi hasil sebagai pengganti serta melarang transaksi keuangan yang bersifat spekulatif (*Al-Gharar*) dan tanpa didasarkan pada kegiatan usaha yang jelas.

Bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, bebas dari bunga, kegiatan spekulasi yang non-produktif seperti perjudian, bebas dari hal-hal yang meragukan, berprinsip pada keadilan dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Menurut Undang-undang Nomor. 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang dalam kegiatannya memberikan layanan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari 17 kantor induk Bank Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

Sebuah Bank tidak cukup hanya dengan memberikan jasa-jasa keuangan saja, tetapi yang terpenting adalah bagaimana cara untuk meningkatkan kualitas dalam menangani nasabah. Kepuasan nasabah ditentukan oleh citra produk dan kualitas pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan (*perceived quality*).

Aceh dikenal dengan sebutan Serambi Mekah, karena Aceh merupakan pintu pertama penyebaran agama Islam di Nusantara dan mayoritas beragama Islam sama seperti Mekkah. Aceh juga menerapkan Syariat Islam dalam setiap kegiatannya salah satunya kegiatan ekonomi yang tercermin pada lembaga keuangan yaitu perbankan. Aceh memiliki bank daerah sama dengan propinsi lainnya. Bank daerah merupakan bank yang kepemilikannya dimiliki oleh pemerintah daerah, ada banyak Bank daerah yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Bank Aceh Syariah. Bank Aceh Syariah merupakan bank daerah yang sangat populer di Aceh. Pada tanggal 19 September 2016, Bank Aceh resmi menjadi Bank Aceh Syariah seluruhnya. Pada saat berubah status menjadi Bank Syariah maka otomatis sistem, produk dan akad akan berbeda dari sebelumnya.

Sehubungan dengan pelayanan yang diberikan Bank Aceh Syariah kepada nasabah, pernah terjadi permasalahan berkaitan dengan pelayanan kepada nasabah. Bank Aceh Syariah yang sempat *error* dan tidak bisa beroperasi secara normal. Permasalahan ini ternyata berdampak terhadap saldo rekening nasabah, di mana saldo rekening para nasabah Bank Aceh Syariah sempat mengalami *error* berupa perubahan saldo yang membuat nasabah panik. Hal ini jika berlanjut dikemudian hari, akan berdampak pada hilangnya kepercayaan nasabah kepada Bank Aceh Syariah.

Berangkat dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam terkait citra produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa **Pengaruh Citra Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada P.T.Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam.**

B. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan termasuk ke dalam penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. (Kasiram, 2008: 149). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel terhadap variabel lain. Metode kuantitatif lebih presisi dan bisa di uji secara statistik untuk melihat hubungan antar variabel.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam yang beralamat di Jln. Teuku Umar, Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam. Penelitian ini dilakukan mulai dari tanggal 13 Juni 2022 sampai tanggal 22 Juni 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam yang berjumlah 24.505 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, pengukuran sampel dilakukan melalui statistik atau berdasarkan pada estimasi penelitian guna menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Maka dari itu sampel penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam sebanyak 100 orang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan. Metode pemilihan sampel menggunakan *random sampling*, yaitu jenis pengambilan sampel probabilitas dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan sama untuk dipilih.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.

Skala Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap suatu objek. Setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden diberi nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala *likert* seperti ditunjukkan pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Skala Pengukuran

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian yang menjadi pusat perhatian suatu penelitian. Variabel juga diartikan sebagai atribut, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu dalam penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua variabel independen, yaitu citra produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2), dan satu variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (Y).

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Independen (variabel X)		
Citra Produk (X_1)	Citra produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setoran pembukaan produk tabungan di Bank Aceh Syariah sudah sesuai dengan nasabah 2. Keuntungan bagi hasil kompetitif 3. Produk tabungan di Bank Aceh Syariah Menarik 4. Produk tabungan Bank Aceh Syariah sesuai syariah 5. Produk tabungan Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah
Kualitas Pelayanan (X_2)	Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh nasabah atau yang tersirat dalam diri nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai Bank Aceh Syariah memiliki penampilan yang sesuai syariah 2. Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan nasabah 3. Pegawai Bank Aceh Syariah menyelesaikan pelayanan tepat waktu 4. Fasilitas ruang antrian bank nyaman, bersih, dan tenang 5. Mesin ATM selalu keadaan siap 24 jam 6. Area parkir yang memadai 7. Memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah

		8. Pegawai Bank Aceh Syariah menanggapi keluhan nasabah 9. Pegawai Bank Aceh Syariah memberikan pelayanan yang sama kepada setiap nasabah
Dependen (Variabel Y)		
kepuasan Nasabah (Y)	kepuasan nasabah adalah hasil yang dirasakan oleh nasabah yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya	1. Nasabah puas akan pelayanan Bank Aceh Syariah 2. Nasabah akan mengatakan hal yang positif tentang Bank Aceh Syariah baik produk maupun pelayanannya 3. Nasabah merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk menggunakan jasa Bank Aceh Syariah 4. Nasabah menjadikan Bank Aceh Syariah sebagai pilihan pertama bila ingin menggunakan jasa perbankan 5. Jasa dan pelayanan Bank Aceh Syariah sesuai dengan harapan nasabah 6. Bank Aceh Syariah menyediakan sarana tempat keluhan nasabah

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keandalan alat ukur yang digunakan. Pengujian validasi dilakukan untuk mengetahui validitas dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yaitu dengan menguji korelasi antara skor item dengan skor total. Jika koefisien korelasi tiap faktor tersebut lebih dari 0,1 maka menunjukkan pertanyaan atau pernyataan tersebut valid, artinya $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan menggunakan *software* SPSS 28.0.1.1 (15).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan kemampuan suatu instrumen untuk diuji kembali dengan memberikan hasil yang relatif konstan. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang relatif sama jika diuji secara berulang-ulang. Reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan. Pengujian ini dilakukan agar estimasi yang diperoleh benar-benar relevan untuk kemudian dianalisis. Pengujian asumsi klasik meliputi:

1. Uji Normalitas,

Uji Normalitas bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang memiliki distribusi yang normal. Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada, mengingat kesederhanaan tersebut maka pengujian kenormalan data tergantung pada kemampuan mata dalam mencermati plotin yang ada.

2. Uji Heteroskedastisitas,

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Jika varian tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka terjadi problem heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas,

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen, jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah hubungan secara linear antara satu atau beberapa variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini juga digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi ini juga dapat digunakan untuk mengetahui arah hubungan anantara variabel independen dengan variabel dependen, apakah positif atau negatif.

Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

X₁ = Citra Produk

X₂ = Kualitas Pelayanan

b₁ dan b₂ = koefesien

a = konstanta

e = *error term*

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, pengujian ini dilakukan sebagai berikut:

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

- H₀ : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra produk terhadap kepuasan nasabah.
- H₁ : terdapat pengaruh yang signifikan antara citra produk terhadap kepuasan nasabah.
- H₀₂ : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
- H₂ : terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2. Uji Simultan (Uji F)

Untuk melihat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

- H_{03} : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.
- H_3 : terdapat pengaruh yang signifikan antara citra produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Keterkaitan Antar Variabel

1. Pengaruh Citra Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Citra produk dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak nasabah ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Nasabah adalah penilai citra suatu produk perbankan. Banyak ukuran yang bisa dipakai nasabah dalam menentukan citra produk perbankan. Namun tujuan akhir yang dicapai sama yaitu mampu memberikan rasa puas kepada nasabah, citra produk yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa citra produk berpengaruh positif dan signifikan bahwa citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2019) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan pengguna. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, selanjutnya akan berdampak positif perilaku niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut. Cronin dan Taylor dalam Nelwan, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heldalina, di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *service quality* (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Citra Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Citra produk dan kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menciptakan kepuasan nasabah, nasabah bercerita kepada orang lain tentang pengalamannya bagaimana citra produk dan pelayanannya. Budi Hermawan (2011) yang mengatakan bahwa kepuasan nasabah memberikan dua manfaat bagi perusahaan, yaitu loyalitas dan gethok tular positif. Semakin baik tingkat citra produk dan pelayanan yang diberikan maka nasabah akan merasa puas, hasil analisis data menunjukkan bahwa besarnya pengaruh citra produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah 39,2%. Sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki berpengaruh sebesar 40,7%.

Analisis Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1.3 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	47	47%
Perempuan	53	53%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel di atas diketahui jenis kelamin responden di PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam, yang menunjukkan bahwa responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 orang dengan persentase 53%, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 47 orang dengan persentase 47%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 1.4 Usia Responden

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
<20 tahun	7	7%
21 – 30	63	63%
31- 40	25	25%
>40	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel di atas diketahui usia responden di PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam. Peneliti mengelompokkan usia responden dalam empat kategori, yaitu <20 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 63 orang dengan persentase 63%, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 25%, dan sisanya responden yang berusia >40 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 5%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 1.5 Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
SMA/ sederajat	58	58%
Diploma	1	1%
Sarjana	34	34%
Pascasarjana	7	7%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel di atas diketahui tingkat pendidikan terakhir responden PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden tingkat pendidikan terakhir responden adalah SMA/Sederajat sebanyak 58 orang dengan persentase 58%, responden dengan tingkat pendidikan sarjana sebanyak 34 orang dengan persentase 34%, responden dengan tingkat pendidikan pascasarjana sebanyak 7 orang dengan persentase 7% dan sisanya responden dengan tingkat pendidikan diploma sebanyak 1 orang dengan persentase 1%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 1.6 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	59	59%
PNS	5	4%
TNI/POLRI	2	2%
Wiraswasta	13	13%
Karyawan Swasta	13	13%
Lainnya	8	8%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebaran responden mengikuti pekerjaan didominasi oleh kelompok Pelajar/Mahasiswa sebanyak 59 dengan persentase 59%, 5 orang atau 5% sebagai PNS, 2 orang atau 2% sebagai TNI/POLRI, 13 orang atau 13% sebagai wiraswasta, 13 orang atau 13% sebagai karyawan swasta dan 8 orang atau 8% memiliki pekerjaan lain-lainnya.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 1.7 Lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 1 tahun	11	11%
1 tahun	12	12%
2 tahun	27	27%
3 tahun	18	18%
4 tahun	16	16%
5 tahun	11	11%
6 tahun	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Pada Tabel 1,7, dapat dilihat bahwa responden yang menjadi nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam di bawah 1 tahun yaitu sebanyak 11 orang dengan persentase 11%, menjadi nasabah selama 1 tahun sebanyak 12 orang atau dengan persentase 12%, menjadi nasabah selama 2 tahun sebanyak 27 orang dengan persentase 27%, menjadi nasabah selama 3 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase 18%, lama menjadi nasabah 4 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 16%, lama menjadi nasabah selama 5 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 11% dan sebanyak 5 orang atau 5% telah menjadi nasabah selama 6 tahun.

Deskriptif *Output* Statistik

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi, sebaliknya jika instrumen yang kurang baik memiliki validitas rendah.

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 28.0 dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid dan sebaliknya. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah responden. Besarnya df = 100-2 atau df = 98 dengan alpha 5% sehingga didapat r_{tabel} 0,1966. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.8 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Pernyataan	Nilai Kritis 5% (N=100)	r hitung	Simpulan
1	Citra Produk	Setoran pembukuan Produk Tabungan di Bank Aceh Syariah sudah sesuai dengan nasabah	0,1966	0,790	Valid
		Keuntungan Bagi Hasil yang kompetitif	0,1966	0,732	Valid
		Produk Tabungan di Bank Aceh Syariah menarik	0,1966	0,848	Valid
		Produk Tabungan di Bank Aceh Syariah sesuai dengan Syariah	0,1966	0,825	Valid
		Produk Tabungan di Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah	0,1966	0,849	Valid
2	Kualitas Pelayanan	Pegawai Bank Aceh Syariah memiliki penampilan sesuai dengan Syariah	0,1966	0,776	Valid
		Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan nasabah	0,1966	0,743	Valid
		Pegawai Bank Aceh Syariah menyelesaikan pelayanan tepat waktu	0,1966	0,677	Valid
		Fasilitas ruang antrian bank nyaman, bersih dan tenang	0,1966	0,784	Valid
		Mesin ATM selalu keadaan siap 24 jam	0,1966	0,707	Valid
		Area parkir yang memadai	0,1966	0,738	Valid
		Memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah	0,1966	0,724	Valid
		Pegawai Bank Aceh Syariah menanggapi keluhan nasabah	0,1966	0,736	Valid
3	Kepuasan Nasabah	Nasabah puas akan pelayanan Bank Aceh Syariah	0,1966	0,802	Valid
		Nasabah akan mengatakan hal yang positif tentang Bank Aceh Syariah baik produk maupun pelayanannya	0,1966	0,729	Valid
		Nasabah merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk menggunakan jasa Bank Aceh Syariah	0,1966	0,783	Valid

	Nasabah menjadikan Bank Aceh Syariah sebagai pilihan pertama bila ingin menggunakan jasa Perbankan	0,1966	0,774	Valid
	Jasa dan pelayanan Bank Aceh Syariah sesuai dengan harapan nasabah	0,1966	0,833	Valid
	Bank Aceh Syariah menyediakan sarana tempat keluhan nasabah	0,1966	0,809	Valid

Tabel di atas terlihat bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r_{hitung} positif dan lebih besar 0,1966 maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari ketiga variabel X_1 , X_2 , dan Y adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui *Reliability Statistic* pada nilai *Cronbach Alpha* dalam perhitungan menggunakan IBM SPSS 28.0 diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen dinyatakan semakin reliabel. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut.

1. Reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$
2. Tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan IBM SPSS 28.0 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.9 Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach alpha</i>	Kesimpulan
1	Citra Produk (X_1)	0,865	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,879	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Y)	0,878	Reliabel

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Dengan demikian variabel X_1 , X_2 dan Y dapat dikatakan reliabel atau handal.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Sebaran atau distribusi data yang dikumpulkan dalam suatu pengamatan atau pengukuran hendaknya memenuhi asumsi kenormalan. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan 2 metode, yaitu: grafik histogram dan grafik normal *P-Plot*.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan IBM SPSS 28.0 dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.10 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000	
	<i>Std. Deviation</i>	2,99787608	
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,097	
	<i>Positive</i>	,097	
	<i>Negative</i>	-,089	
<i>Test Statistic</i>		,097	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)^c</i>		,232	
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)^d</i>	<i>Sig.</i>	,020	
	<i>99% Confidence Interval</i>	<i>Lower Bound</i>	,017
		<i>Upper Bound</i>	,024

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

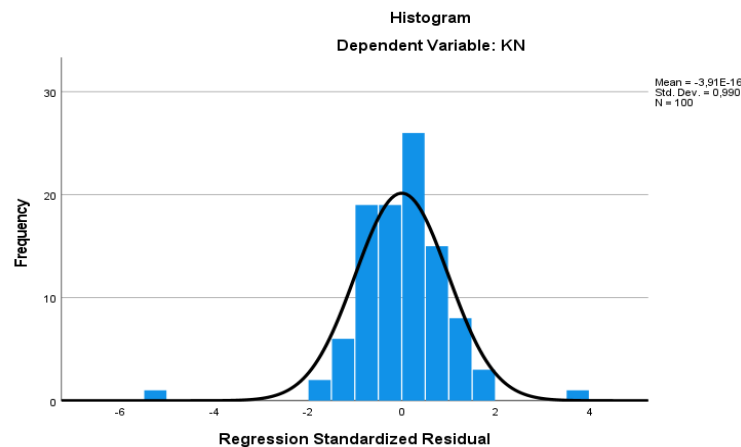
c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Jika nilai *Asymptotic Significance* Lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal begitupun sebaliknya. Dari hasil uji normalitas metode *Kolmogorov-Smirnov* didapatkan hasil sebesar 0,232 yang artinya terdistribusi normal.

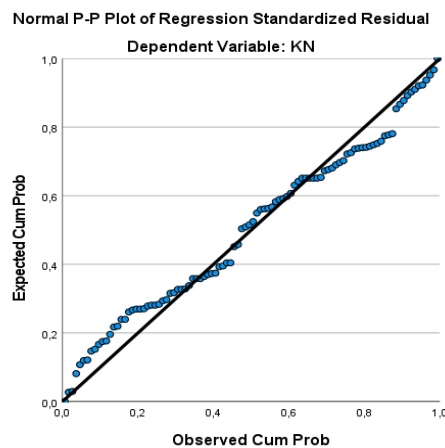
Tabel 1.11 Hasil Uji Normalitas

N	Sig.	Kesimpulan
100	0,232	0,232 > 0,05 artinya data terdistribusi normal



Gambar 1.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram

Hasil dalam Uji Normalitas histogram menghasilkan bentuk kurva menggunung, maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi normal

Gambar 1.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal *P-Plot*

Hasil dalam Uji Normalitas *P-Plot* terlihat titik menyebar di sekitar garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk melihat

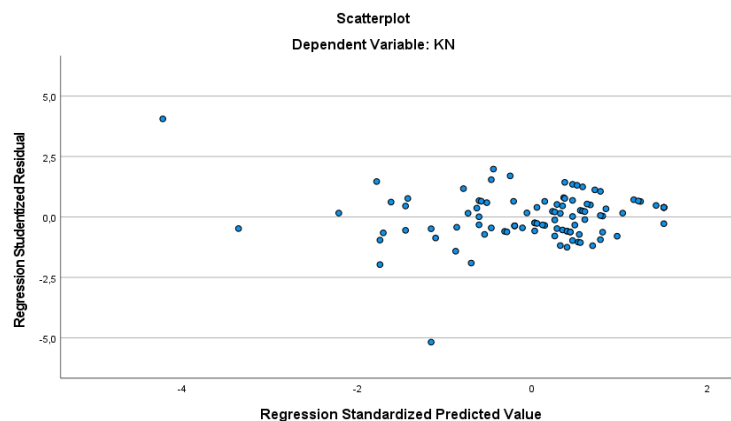
ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi maka dilakukan menggunakan analisis statistik metode *Glejser*. Dibawah ini merupakan tabel hasil uji statistik pada output IBM SPSS 28.0.

Tabel 1.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode *Glejser*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,466	1,166		5,547	<,001
	CP	,016	,072	,030	,227	,821
	KP	-,128	,042	-,397	-3,048	,302

a. *Dependent Variable: RES_2*

Hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser*, output menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara seluruh variabel independen terhadap nilai absolut residual yaitu ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Artinya model ini terbebas dari heteroskedastisitas.



Gambar 1.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik *Scatterplot*

Hasil dari uji heteroskedastisitas grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak (*random*) serta tersebar baik diatas maupun dibawah pada angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

3. Uji Multikolineritas

Ada tidaknya masalah multikolineritas di dalam model regresi dapat dideteksi melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Suatu model regresi dikatakan tidak terdapat gejala

multikolinieritas apabila nilai *Tolerance* > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10. Berikut ini merupakan hasil uji statistik dengan IBM SPSS 28.0.

Tabel 1.13 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	8,375	1,817		4,611	<,001		
	CP	,246	,112	,227	2,196	,030	,522	1,917
	KP	,317	,065	,502	4,864	<,001	,522	1,917

a. *Dependent Variable: KN*

Sesuai dengan ketentuan uji multikolinieritas, jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan tabel uji statistik dapat dilihat bahwa nilai VIF dan nilai *Tolerance* masing-masing variabel adalah sama yaitu untuk VIF sebesar $1,917 < 10$ dan nilai *Tolerance* $0,522 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian ini. Artinya bahwa antara variabel Citra Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) tidak saling mengganggu atau mempengaruhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan dan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh citra produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Adapun model regresi yang dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : variabel kepuasan nasabah

a : bilangan konstanta

b_1 : koefisien regresi variabel citra produk

X_1 : variabel citra produk

b_2 : koefisien regresi kualitas pelayanan

X_2 : variabel kualitas pelayanan

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan IBM SPSS 28.

Tabel 1.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,375	1,817		4,611	<,001
	CP	,246	,112	,227	2,196	,030
	KP	,317	,065	,502	4,864	<,001

a. Dependent Variable: KN

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel citra produk (X_1) adalah 0,276, variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah 0,317 dan konstanta sebesar 8,375 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = 8,375 + 0,246X_1 + 0,317X_2$$

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 8,375 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel citra produk (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2), maka nilai variabel kepuasan nasabah (Y) adalah 8,375.
- Koefisien b_1 sebesar 0,246 artinya variabel citra produk (X_1) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan skor kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,246.
- Koefisien b_2 sebesar 0,317 artinya variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan skor kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,317.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara mandiri digunakan uji parsial atau uji t. Pada penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 28.0 dengan taraf signifikan 0,05. Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dikatakan signifikan. Dengan taraf

signifikan 0,05, $df = n-k = 100-3 = 97$, dimana k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, serta dengan menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 1.98472. Berikut ini adalah hasil uji parsial :

Tabel 1.15 Hasil Uji Parsial (uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,375	1,817		4,611	<,001
	CP	,246	,112	,227	2,196	,030
	KP	,317	,065	,502	4,864	<,001

a. *Dependent Variable: KN*

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai t_{hitung} variabel citra produk (X_1) sebesar 2,196 yang lebih besar dari t_{tabel} 1.98472 dengan probabilitas signifikansi 0,030 < 0,05 sehingga H_1 yang menyatakan variabel citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat diterima. Dengan kata lain, terima H_1 tolak H_0 . Nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 4,864 yang lebih besar dari t_{tabel} 1.98472 dengan signifikansi 0,001 < 0,05 sehingga H_2 yang menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat diterima. Dengan kata lain, terima H_2 tolak H_{02} .

2. Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh simultan semua variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji F. Pada penelitian ini uji F dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 28.0 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dikatakan signifikan. Sedangkan jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} dan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 maka model regresi dikatakan tidak signifikan.

Dengan taraf signifikan sebesar 0,05, $df_1 (N1) = k-1 = 3-1 = 2$ dan $df_2 (N2) = n-k = 100-3 = 97$, di mana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan F_{tabel} pada penelitian ini sebesar 3,09. Berikut ini adalah hasil uji simultan

Tabel 1.16 Hasil Uji Simultan (uji F)

		Anova ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	760,701	2	380,351	41,466	<,001 ^b
	Residual	889,739	97	9,173		
	Total	1650,440	99			

a. Dependent Variable: KN

b. Predictors: (Constant), KP, CP

Dari hasil uji F test diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 41,466 yang lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,09 dan probabilitas signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga variabel citra produk dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya variabel citra produk dan variabel kualitas pelayanan berjalan beriringan maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dilakukan uji *R Square* (R^2) dengan bantuan IBM SPSS 28.0

Berikut ini merupakan hasil uji *R Square* (R^2):

Tabel 1.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 ^a	,461	,450	3,02862

a. Predictors: (Constant), KP, CP

b. Dependent Variable: KN

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai R^2 sebesar 0,461 atau 46,1%. Interpretasinya adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel citra produk dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah adalah sebesar 46,1% sedangkan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang didasarkan pada hasil pengolahan data terkait dengan judul, kesesuaian teori, dan pendapat maupun penelitian terdahulu yang dikemukakan sebelumnya. Pembahasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

Pengaruh Citra Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam

Citra produk adalah seperangkat ingatan yang ada di benak nasabah mengenai sebuah produk, baik itu positif maupun negatif. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Citra Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,196 > 1.98472$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,030 < 0,05$. Artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel citra produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Feiby Tombokan dkk (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Taplus BNI Kantor Cabang Utama Manado”. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam

Kualitas Pelayanan adalah usaha dan keunggulan yang diberikan oleh sebuah perusahaan yang diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,864 > 1.98472$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,001 < 0,05$. Artinya H_2 diterima dan H_{02} ditolak oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herlanies dan Iwan Setiawan Subagja (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia.Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza”. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah memiliki hubungan yang signifikan dan positif.

Pengaruh Citra Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam

Citra produk dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra produk dan kualitas pelayanan

secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam. Nilai signifikan untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik F , di mana F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $F_{hitung} 41,466 > F_{tabel} 3,09$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat signifikan X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y artinya, terdapat pengaruh antara citra produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Kurnia Budhy Scorita dan Adi Nurmahdi (2018) dengan judul “Kualitas Layanan dan Citra Merek Berpengaruh Pada Kepuasan Nasabah Serta Berdampak Terhadap Loyalitas”.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut: Citra produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t , di mana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,196 > 1,98472$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,030 < 0,05$. Artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara citra produk terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t , di mana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,864 > 1,98472$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,001 < 0,05$. Artinya H_2 diterima dan H_{02} ditolak Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Citra produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik F_{tabel} yaitu di mana F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $F_{hitung} 41,466 > F_{tabel} 3,09$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y artinya, antara citra produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Nilai R2 sebesar 0,461 atau 46,1% interpretasinya adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel citra produk dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah adalah 46,1% sedangkan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan dari beberapa kesimpulan di atas, diharapkan pihak PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Subulussalam agar meningkatkan lagi kualitas layanan dan citra produk sesuai dengan standar yang sudah ditentukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan menjadikan penelitian ini sebagai referensi dalam penelitian sejenis dengan menambah variabel lain.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan, B. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Kasiram, Moh (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Keuangan, O. J. (t.thn.). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. Dipetik Februari 28, 2022, dari https://www.ojk.go.id/waspada/investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New York: Prencite Hall.
- Kurniawati, D., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, XIV(2).
- Mulyaningsih, L. A., & Gede Suasana, I. A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, V(1).
- Nalau, A., Hidayah, S., & Wasil, M. (2012). Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan J. Co Donuts dan Coffee di Plaza Mulia Samarinda. *Jurnal Ekonomi, Universitas Mulawarman*.
- Scorita, K. B., & Nurmahdi, A. (2018). Kualitas Layanan Dan Citra Merek Berpengaruh Pada Kepuasan Nasabah Serta Berdampak Terhadap Loyalitas. *JURNAL ADMINISTRASI KANTOR*, VI(2).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, VII(1).

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Tombokan, F., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus Bni Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA*, III(3).