



**The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016**

PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BTN CABANG MADIUN

**Anggin Nur Kholifah
Program Studi Pendidikan Akuntansi-FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
E-mail : angginlenny@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk knowledge dan terhadap pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara simultan maupun parsial. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 183 responden nasabah Bank BTN Cabang Madiun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Data diperoleh dengan menggunakan metode angket berbentuk skala yaitu skala *product knowledge*, skala pelayanan, skala kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BANK BTN Cabang Madiun yang berjumlah 350 nasabah dengan sampel sebanyak 183 orang responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kuisioner dan dokumentasi, Instrumen yang digunakan adalah berupa kuesioner atau angket. Hasil dalam penelitian ini adalah 1) *Product knowledge* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Madiun. 2) Pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah harga Bank BTN Madiun. 3) *Product knowledge* dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Madiun.

Kata kunci: *Product Knowledge*, Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktifitas keuangan. Aktifitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju antara lain aktifitas penyimpanan dana, investasi, pengiriman uang dari suatu tempat ke tempat lain atau dari suatu daerah ke daerah lain dengan cepat dan aman, serta aktifitas lainnya. Bank juga merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank di suatu negara di pakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian (Ismail, 2011:1).

Manajemen perbankan merupakan suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabah. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah (Kasmir, 2007, 165).

Kepuasan merupakan perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersiapkan (hasil atau outcome) yang dihubungkan dengan harapannya. Bilamana kinerja produk lebih rendah dari harapan sebelumnya dia akan tidak puas atau kecewa. Bilamana kinerja produk sama dengan



The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016

harapannya dia akan puas. Bilamana kinerja melebihi harapannya dia akan menjadi sangat puas. Kepuasan nasabah juga tergantung pada kualitas produk dan pelayanannya (Gunawan, 2010: 67,68).

Kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelangganlah yang akan memperoleh simpati. Demikian pula halnya dengan nasabah, mereka telah pandai memilah-milah produk mana yang memberikan keuntungan yang lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Persaingan memperebutkan nasabah bank di Indonesia sangat ketat. Dengan jumlah bank dan kantor cabang yang masih tetap banyak dan produk yang ditawarkan bank beragam, kualitas pelayanan memang masih ampuh bagi bank untuk mempertahankan nasabah atau mendapatkan nasabah baru. Konsumen mungkin memiliki tiga jenis pengetahuan produk : pengetahuan mengenai atribut atau karakteristik produk, akibat keuntungan penggunaan produk, dan pencapaian nilai konsumen atas produk. Pemenuhan sebuah nilai biasanya mendapatkan afektif positif (kegembiraan, senang, dan kepuasan) (J.Paul Peter, Jerry C. Olson, 2013: 70,76).

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan pengetahuan produk terhadap kepuasan nasabah PT. BANK BTN Cabang Madiun.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BANK BTN Cabang Madiun.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan pengetahuan produk dan pelayanannya terhadap kepuasan nasabah PT. BANK BTN Cabang Madiun.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengetahuan Produk

Menurut Ujang Sumarwan (2011:148) Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.

Kualitas Pelayanan

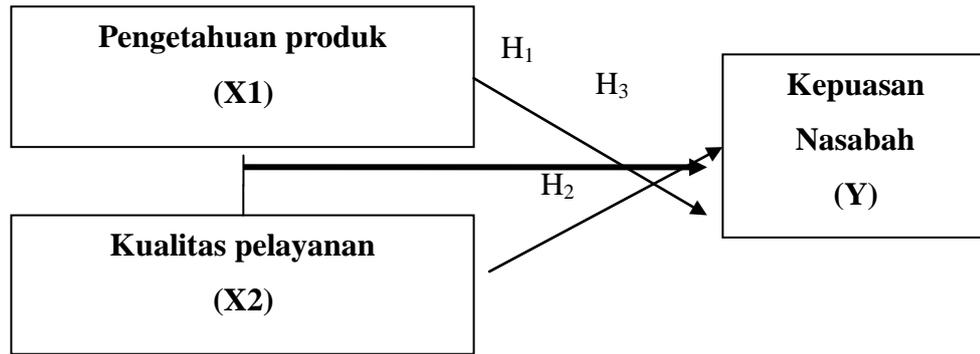
Menurut Tjiptono (2007 : 259) Kualitas pelayanan adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kepuasan Nasabah

Menurut Gunawan (2010: 67) kepuasan merupakan perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersiapkan (hasil atau outcome) yang dihubungkan dengan harapannya.

Penelitian Terdahulu

Saleleng, dkk, (2014) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada masyarakat kelurahan batu. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Manajemen PT. Telkomsel sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk, yang menciptakan inovasi-inovasi baru dan memperhatikan peran dari kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang akan berdampak positif bagi peningkatan pendapatan.



Desain Penelitian

Keterangan :

→ : Secara parsial
→ : Secara simultan

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BANK BTN Cabang Madiun.

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BANK BTN Cabang Madiun.

H₃ : Pengetahuan produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BANK BTN Cabang Madiun.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Menurut Moh. Nazir (2011: 84) desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata. Dalam penelitian ini mencari pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank BTN Cabang Madiun yang beralamatkan di Jl. H. Agus Salim No. 90 Madiun. Waktu dilaksanakan penelitian ini adalah antara bulan April-Juli 2016.



The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah angket.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generelasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 119). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Tabungan BTN Juara PT. BANK BTN Cabang Madiun yang berjumlah 350 nasabah. Dan sampel dalam penelitian ini adalah 183 sampel.

Pengukuran Variabel

Kepuasan nasabah (Y):

- Y.1 Kinerja
- Y.2 Ciri – ciri atau keistimewaan tambahan
- Y.3 Kehandalan
- Y.4 Kesesuaian dengan spesifikasi
- Y.5 Daya tahan
- Y.6 Servis
- Y.7 Estetika
- Y.8 Kualitas yang dipersepsikan (Garvin dan Tjiptono, 2008: 25-26).

Pengetahuan produk (X_1):

- X_{1.1} Atribut
- X_{1.2} Manfaat
- X_{1.3} Nilai (Peter dan Olson, 2012: 70).

Kualitas pelayanan (X_2):

- X_{1.1} Bukti Fisik
- X_{1.2} Kehandalan
- X_{1.3} Daya Tanggap
- X_{1.4} Jaminan
- X_{1.5} Empati (Tjiptono, 2007: 273).

Metode Analisis

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang diukur (Ghozali, 2011: 52).

1. Variabel dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Variabel dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (Ghozali, 2011: 53).

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011: 47) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Menurut Ghozali (2011: 48) *one shot* atau pengukuran sekali saja yaitu disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan



The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016

dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel (Darmawan, 2014:180).

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu pengetahuan produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X_1 = Pengetahuan produk
- X_2 = Kualitas Pelayanan
- e = error

Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana diantara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (Priyatno 2013: 59). Uji multikolinieritas 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.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas tidak Heterokedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar) (Ghozali, 2011: 139). Heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011: 160). Sebelum dilakukan analisis korelasi Parsial maka dilakukan uji asumsi normalitas untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak (Priyatno 2013: 24). Kriteria pengambilan keputusan yaitu jika Signifikansi > 0,05 maka data distribusi normal, dan jika signifikansi < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Priyatno, 2013: 26).

Uji t

Menurut Priyatno (2013: 50) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Pengujian parsial digunakan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh antara Pengetahuan produk



The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016

(X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji t $p < 0.05$ maka disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen (variabel bebas) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Uji f

Menurut Priyatno (2013: 48) uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Pengujian simultan (Uji F) digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama Pengetahuan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Jika nilai signifikansi dari uji F $P < 0.05$ maka dapat disimpulkan semua variabel independen (variabel bebas) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97). Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas *Product knowledge* (X1)

No	Nilai r hitung	N = 183 Db = 0,05 r tabel = 0,238	Keterangan
1	0,323	r hitung > r tabel	Valid
2	0,299	r hitung > r tabel	Valid
3	0,483	r hitung > r tabel	Valid
4	0,472	r hitung > r tabel	Valid
5	0,569	r hitung > r tabel	Valid
6	0,526	r hitung > r tabel	Valid

Untuk mencari r tabel menggunakan $df = n-2$ (Ghazali, 2011:53). Dengan $df = 183-2 = 181$ dan taraf signifikan 5% di peroleh nilai r tabel sebesar 0,238. Jika nilai r hitung > 0,238 item dinyatakan valid, sedangkan jika hasil r hitung < 0,238 dinyatakan tidak valid. Dari hasil pengolahan dapat disimpulkan bahwa 6 item variabel X1 adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (X2)

No	Nilai r hitung	N = 183 Db = 0,05 r tabel = 0,238	Keterangan
1	0,462	r hitung > r tabel	Valid
2	0,244	r hitung > r tabel	Valid
3	0,477	r hitung > r tabel	Valid
4	0,376	r hitung > r tabel	Valid
5	0,502	r hitung > r tabel	Valid
6	0,525	r hitung > r tabel	Valid



The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016

Untuk mencari r tabel menggunakan $df = n-2$ (Ghazali, 2011:53). Dengan $df = 183-2 = 181$ dan taraf signifikan 5% di peroleh nilai r tabel sebesar 0,238. Jika nilai r hitung $> 0,238$ item dinyatakan valid, sedangkan jika hasil r hitung $< 0,238$ dinyatakan tidak valid. Dari hasil pengolahan dapat disimpulkan bahwa 6 item variabel X2 adalah valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Y

No	Nilai r hitung	N = 183 Db = 0,05 r tabel = 0,238	Keterangan
1	0,397	r hitung $>$ r tabel	Valid
2	0,497	r hitung $>$ r tabel	Valid
3	0,479	r hitung $>$ r tabel	Valid
4	0,637	r hitung $>$ r tabel	Valid
5	0,114	r hitung $>$ r tabel	Tidak Valid
6	0,402	r hitung $>$ r tabel	Valid

Untuk mencari r tabel menggunakan $df = n-2$ (Ghazali, 2011:53). Dengan $df = 183-2 = 181$ dan taraf signifikan 5% di peroleh nilai r tabel sebesar 0,238. Jika nilai r hitung $> 0,238$ item dinyatakan valid, sedangkan jika hasil r hitung $< 0,238$ dinyatakan tidak valid. Dari hasil pengolahan dapat disimpulkan bahwa 5 item variabel Y adalah valid dan 1 item variabel Y tidak valid.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas *Product knowledge* (X1), Pelayanan (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized item</i>	Nilai Kritis Alpha Cronbach	Keterangan
X1: Produk knowledge	0,702	0,60	Reliabel
X2: Pelayanan	0,685	0,60	Reliabel
Y: Kepuasan nasabah	0,679	0,60	Reliabel

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Darmawan, 2014:180). Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai *Reliable Alpha* hitung $> 0,60$ untuk semua variabel. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa instrumen masing-masing variabel adalah reliabel.



Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Koefisien Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	3.761	1.181		3.185	.002
X1	.441	.085	.475	5.215	.000
X2	.279	.082	.310	3.401	.001

persamaan regresi yang terbentuk dari pengaruh variabel *product knowledge* (X1) dan pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,761 + 0,441 (X1) + 0,279 (X2) + 1,181$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Hasil dari koefisien regresi menunjukkan bahwa konstanta sebesar 3,761 yang berarti jika *product knowledge* dan pelayanan bernilai 0, maka kepuasan nasabah sebesar 3,761.
- b. Koefisien regresi X1 adalah sebesar 0,441 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan *product knowledge* (X1), dengan anggapan pelayanan (X2) konstan, maka kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 0,441 satuan.
- c. Koefisien regresi X2 adalah sebesar 0,279 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan pelayanan (X2), dengan anggapan *product knowledge* (X1) konstan, maka kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 0,279 satuan.

Uji Multikolinieritas

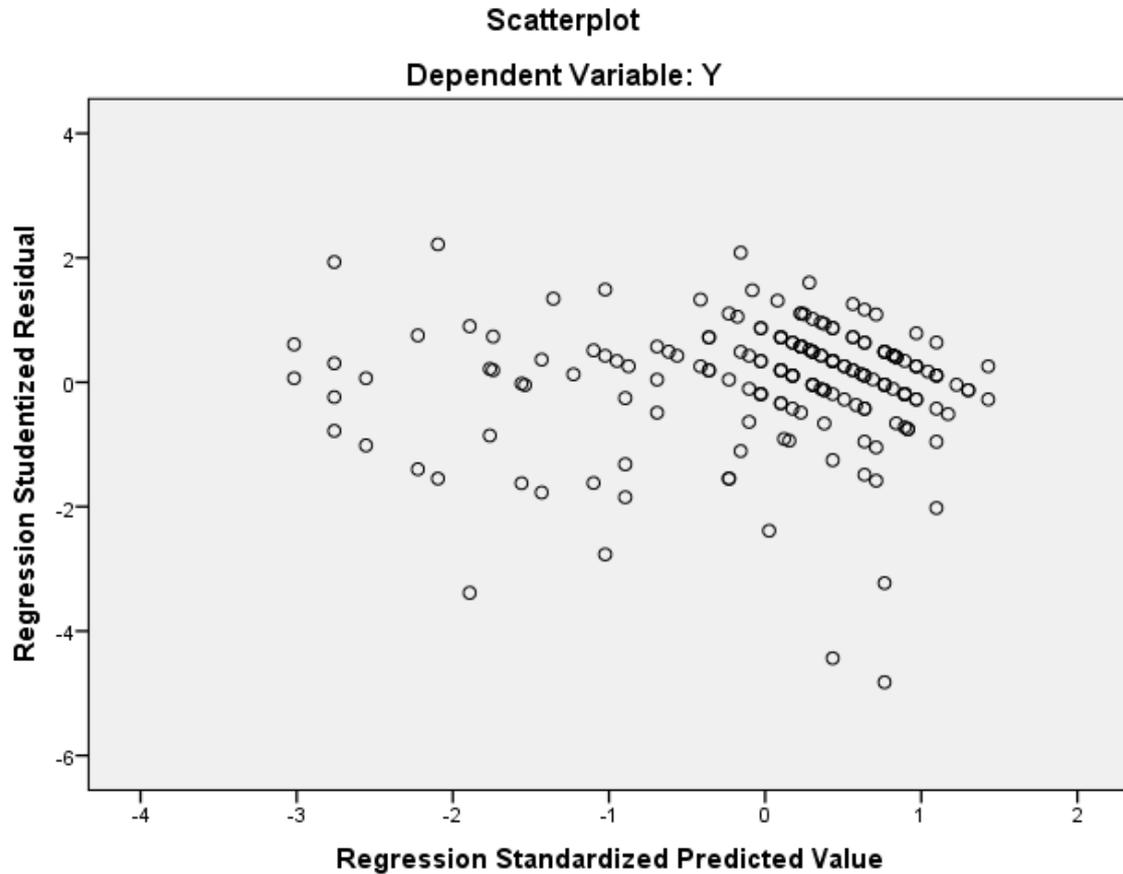
Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	VIF	Tolerance	
X1	3,479	0,287	Tidak Ada Multikolinieritas
X2	3,479	0,287	Tidak Ada Multikolinieritas

Dari tabel diatas nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 untuk kelima variabel independen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

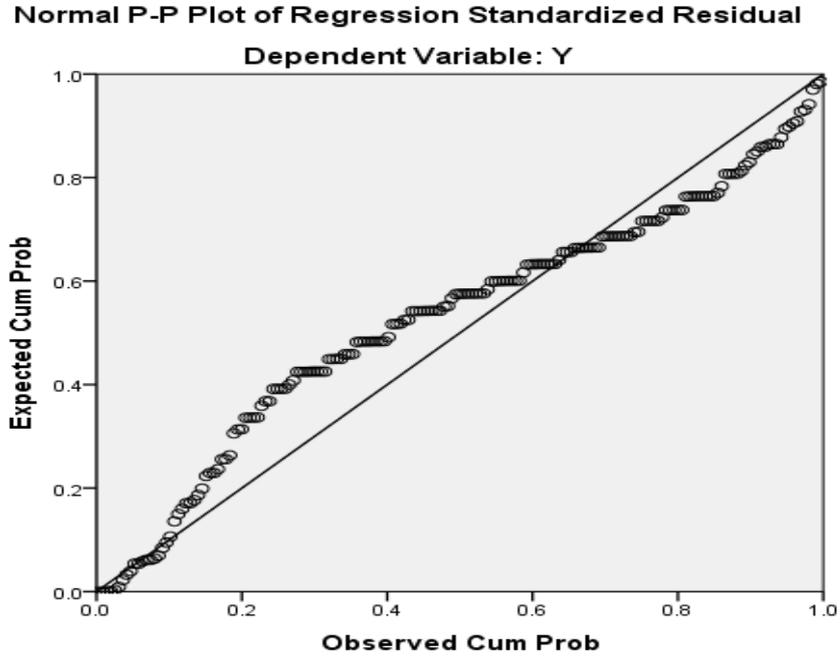
Gambar 1. Uji Heterokedastisitas



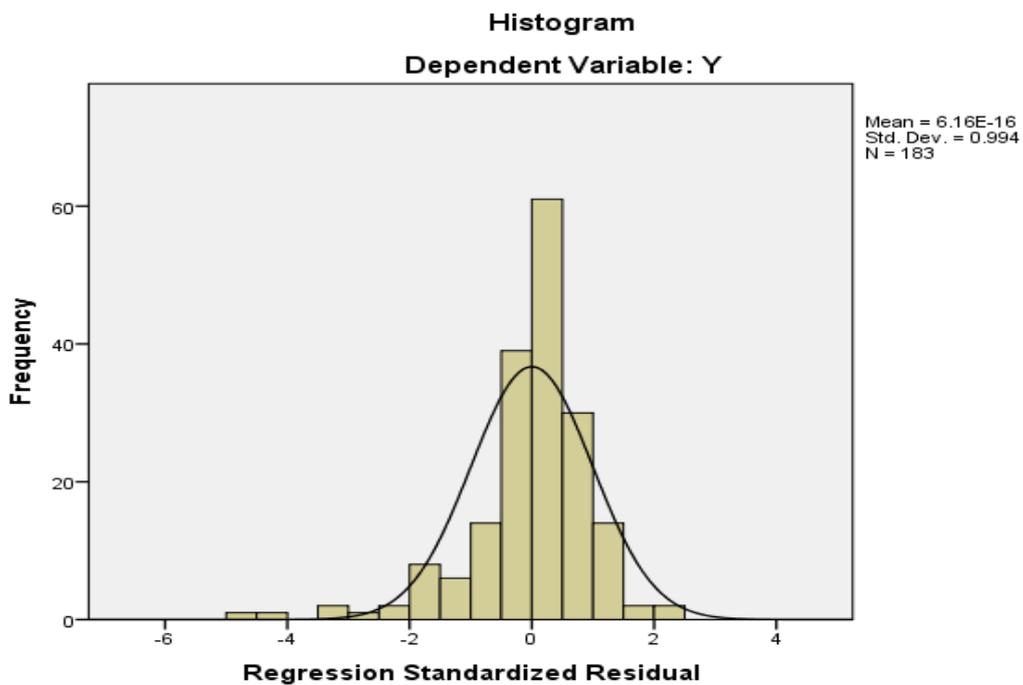
Dari gambar diatas diketahui bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membuat pola tertentu yang jelas, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Uji Normalitas

Gambar 2. Normal Probability Plot



Gambar 3. Histogram Uji Normalitas



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal.



The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016

Uji t

Tabel 7

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.761	1.181		3.185	.002
	X1	.441	.085	.475	5.215	.000
	X2	.279	.082	.310	3.401	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data SPSS

1. Nilai t hitung sebesar 5,215. Dengan menggunakan derajat kebebasan $db = n - k - 1 = 183 - 3 = 180$ pada taraf signifikan 5% diperoleh nilai kritis dari tabel $t = 1,65336$. Karena t hitung $> t$ tabel ($5,215 > 1,65336$) maka hipotesis yang menyatakan bahwa *Product knowledge* (X1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, **diterima**.
2. Nilai t hitung sebesar 3,401. Dengan menggunakan derajat kebebasan $db = n - k - 1 = 183 - 3 = 180$ pada taraf signifikan 5% diperoleh nilai kritis dari tabel $t = 1,97323$. Karena t hitung $> t$ tabel ($3,401 > 1,97323$) maka hipotesis yang menyatakan bahwa Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, **diterima**.

Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F (Pengaruh Simultan)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	854.948	2	427.474	119.545	.000 ^b
	Residual	643.654	180	3.576		
	Total	1498.601	182			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan signifikan 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) dan F hitung ($119,545 > F$ tabel (3,05) maka H_0 ditolak, berarti variabel *Product knowledge* dan Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Madiun. Dengan demikian melalui Uji F dapat disimpulkan bahwa *Product knowledge* dan Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Madiun.



Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.566	1.891

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,566 artinya presentasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 56,6 % sedangkan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Pembahasan

Pengaruh *Product Knowledge* dan pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Product Knowledge* dan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Cabang Madiun.

Pengaruh *Product Knowledge* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa *product knowledge* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Cabang Madiun. Hal ini seperti dalam teori Peter dan Olson (2010) yang menyatakan bahwa terdapat keterkaitan antara *product knowledge* dan kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Cabang Madiun. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleleng, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu:

1. *Product knowledge* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Madiun.
2. Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Madiun.
3. *Product knowledge* dan Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Madiun.

Saran

1. Bagi Bank BTN
Sesuai hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan penulis adalah:
 - a. Disarankan kepada Bank BTN agar dalam memberikan layanan kepada nasabah, hendaknya tetap mempertahankan faktor-faktor dimensi layanan yang meliputi keandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), komunikasi (*empathy*) dan cepat tanggap (*responsiveness*) dalam melakukan layanan kepada nasabah.



The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016

- b. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa *product knowledge* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Cabang Madiun. Oleh karena itu, sebaiknya Bank BTN Cabang Madiun secara konsisten dan berkesinambungan harus mampu menjaga dan meningkatkan promosi dan iklan sehingga nasabah mengetahui tentang produk-produk dari Bank BTN sehingga semakin banyak nasabah yang tertarik.
2. Bagi Peneliti Lain
- a. Karena keterbatasan variabel yang diteliti maka bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah agar mengembangkan variabel variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah selain pengetahuan produk dan pelayanan.
 - b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas populasi dan memperbanyak sampel, agar ruang lingkup dan generalisasi penelitian menjadi lebih luas dan mencapai proporsi yang seimbang sehingga kesimpulan yang diperoleh lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchori. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta .
- Arikunto Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian-Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Darmawan. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Endarwita.2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat*.E-jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 1, Nomor 3, September 2013. Diunduh tanggal 17 September 2015
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBS SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran - Analisis untuk perancangan strategi pemasaran*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Ismail. 2011. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Prenada Media.
- Kasmir. 2007. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Kussujaniatun dan Wisnalmawati. 2011. *Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kualitas yang Dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 5, No 1, April 2011. Diunduh tanggal 17 September 2015
- Latan dan Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.
- Lovelock. 2010. *Pemasaran Jasa-Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyono.2007. *Analiisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)*.Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 4, Nomor 2, Juli, Tahun 2007. Diunduh tanggal 17 September 2015
- Nazir Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nur Rianto. 2012. *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Priyatno Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Retna dan Sulistiono.2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor*.Jurnal Online Mahasiswa Manajemen MKTG 2013. Diunduh tanggal 17 September 2015



The 8th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN
Sabtu, 3 September 2016

- Saleleng.2014. *Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal EMBA 1057 Vol.2 No.3 September 2014. Diunduh tanggal 17 September 2015
- Sanistasya. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama pada PT. BRI (Persero)Tbk Cabang Samarinda*. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2015, 3 (1): 231-243 ISSN 2355-5408. Diunduh tanggal 17 September 2015
- Setiawan dan Kusri. 2010. *Ekonometrika*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Sugiarthi.2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPR Ulatidana Rahayu di Kecamatan Sukawati tahun 2012*.Jurnal Vol 4, No 1, Tahun 2014. Diunduh tanggal 17 September 2015
- Sugiyono. 2008. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan-Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen- Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tjiptono Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utomo.2009. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah BPR Ukabima Grup*. Tesis UPNVY. Diunduh tanggal 17 September 2015
- Wijaya dan Hadiwigeno. 1998. *Lembaga – Lembaga Keuangan dan Bank-Perkembangan, Teori dan Kebijakan*. Jakarta: BPF.
- www.btn.co.id Diunduh tanggal 17 September 2015