

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap kepuasan Nasabah Bank Kaltimara Kota Samarinda**Riski Septiani Yolanda^{1*}, Yulia Tri Kusumawati²**^{1,2}Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.*Kontak Email: riskiseptiani21@gmail.com

Diterima: 23/11/20

Revisi: 25/08/22

Diterbitkan: 06/12/22

Abstrak

Tujuan Studi: Penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi dan mengkaji bagaimana kepuasan nasabah di Bank Kaltimara Kota Samarinda dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan dan produk yang ditawarkan.

Metodologi: Peneliti menggunakan purposive selection untuk mengambil sampel sebanyak 100 responden untuk penelitian ini, dan mereka menggunakan gaya penelitian kualitatif dan asosiatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20, dan analisis regresi linier berganda digunakan untuk analisis data.

Hasil: Temuan penelitian studi ini secara parsial dan bersamaan menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan memiliki dampak positif dan substansial terhadap kepuasan pelanggan.

Manfaat: Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk menjelaskan bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan perusahaan, khususnya di Bank Kaltimara, Kota Samarinda, dan lokasi lain pada umumnya.

Abstract

Research Objectives: This study aims to determine the effect of product and service quality on customer satisfaction at Bank Kaltimara Samarinda City.

Methodology: In this study, multiple linear regression analysis was used as a method of data analysis. The researcher used qualitative and associative research types, and used data collection procedures with a sample of 100 respondents who were selected with a purposive sampling approach.

Results: The analysis findings in this study partially and simultaneously show that customer satisfaction is significantly and beneficially influenced by product quality and service quality.

Benefits: The findings of this study can be used as a guide to explain how customer satisfaction is influenced by the quality of a company's products and services, especially at Bank Kaltimara, Samarinda city and other locations in general.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, perbankan sudah merambah ke pelosok desa. Lembaga pengatur keuangan berupa bank yang ada adalah Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Bank Umum Syariah dan BPR Syariah (BPRS). Kondisi industri perbankan Indonesia mengalami perubahan yang signifikan dari waktu ke waktu. Selain pengaruh yang ditimbulkan oleh perkembangan internal industri perbankan, juga tidak terlepas dari pengaruh perkembangan eksternal industri perbankan, seperti entitas ekonomi, politik, hukum dan sosial. Dalam 10 tahun terakhir, industri perbankan telah mengalami banyak perubahan yang signifikan. Akibat pelonggaran regulasi, industri menjadi semakin kompetitif. Saat ini, bank fleksibel dalam memberikan layanan, lokasi operasional, dan membayar suku bunga simpanan. Kini industri perbankan Indonesia berkembang sangat pesat, sejak dibukanya bank-bank di Indonesia sehingga memudahkan masyarakat untuk menyimpan simpanan di bank-bank yang ada di Indonesia, dan simpati masyarakat terhadap bank-bank yang sudah mapan. Ini salah. Satu-satunya faktor yang memungkinkan pesatnya perkembangan industri perbankan Indonesia.

Perkembangan di Indonesia saat ini semakin meningkat baik dari segi kualitas pelayanan maupun kualitas produk untuk memuaskan nasabah bank itu sendiri, karena di era yang kompleks ini, persaingan bank semakin meningkat dari tahun ke tahun dan segala aktivitas semakin mudah. Misalnya, penggunaan teknologi untuk pengembangan bisnis perbankan sudah mulai berkembang, yang memudahkan untuk menghubungi nasabah dan bank itu sendiri. Saat ini masyarakat sangat membutuhkan bank untuk dapat dengan mudah bertransaksi di dalam negeri maupun antar negara.

Bank merupakan suatu lembaga yang mempunyai tugas bertindak sebagai perantara pengatur keuangan dan dapat menghimpun modal dari berbagai pihak. Dana (satu surplus) pihak yang melebihi kebutuhan dana/modal atau kekurangan dana (satu kerugian) pada waktu tertentu (Lukman, 2005). Keberadaan bank sendiri sangat membantu dalam mengelola keuangan seluruh masyarakat. Salah satu tujuan utama layanan perbankan adalah membangun kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah yang dirasakan nasabah merupakan faktor penting dalam kelangsungan dan keberhasilan usaha suatu bank, harus selalu diingat bahwa apabila bank dan nasabah bekerja sama dengan baik maka kepuasan nasabah dapat terwujud dan dirasakan.

Menurut Kotler *et al* (2009), sejauh mana seseorang puas dengan sesuatu atau seseorang tergantung pada seberapa dekat harapan orang-orang itu dengan nilai aktual yang mereka terima dari hal atau pengalaman yang disiapkan. Menurut Engel (1994), pelanggan yang bahagia mengevaluasi pembelian mereka berdasarkan seberapa baik mereka memenuhi atau melampaui harapan mereka setelah menerima hasil dari pilihan yang mereka pilih. Ketika hasil akhirnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan klien, kepuasan muncul. Bitner dan Zeithaml (2003) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan mencakup lebih dari sekadar peringkat kualitas layanan yang diberikan. Karena pengelola bank berkewajiban untuk membuat nasabah merasa nyaman dan membangun serta menjaga kepercayaan dan kesopannya, nasabah yang puas adalah nasabah yang loyal. Dengan bantuan pejabat pelanggan bintang, operasi perbankan yang efisien dapat dibangun.

Pelanggan dikatakan puas ketika pengalaman mereka sesuai atau melebihi harapan mereka (Umar, 2005). Tjiptono (2004) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan dapat dikendalikan dalam memenuhi keinginan pelanggan. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Memberikan layanan berkualitas yang mengutamakan kebutuhan nasabah bank merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Akibatnya, lembaga keuangan harus menyadari jangkauan dan kualitas layanan yang dapat ditawarkan manajer mereka kepada pelanggan mereka. Kebahagiaan nasabah merupakan indikator kunci keberhasilan atau kegagalan suatu bank. Menurut Usmara (2003), kualitas pelayanan adalah sikap tentang sesuatu yang berasal dari perbandingan antara harapan (expectations) dan kinerja (results). Louis dan Kurts (1995) "Kualitas layanan" adalah "seberapa baik layanan memenuhi kebutuhan organisasi." Itu kunci kepuasan pelanggan. Standar "Layanan" itu menggambarkan tingkat layanan. Kepuasan konsumen mengukur kualitas. Artinya, kualitas yang berfokus pada pelanggan, bukan berfokus pada perusahaan. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Bank akan memberikan pelayanan prima dalam hal ini. Kebutuhan konsumen.

Schneider & White (2004) menyatakan bahwa tidak ada bentuk nyata untuk kualitas layanan; layanan berkualitas tidak dapat dibeli, dijual, atau disimpan. Pengalaman profesional adalah kunci untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi (Lawler & Bowen, 1995). Demikian pula, "Kualitas layanan adalah hasil dari suatu proses di mana harapan konsumen untuk layanan dibandingkan dengan persepsi konsumen dari layanan yang benar-benar disampaikan," seperti yang dinyatakan oleh Mangold & Babakus (1991). Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan dapat dilihat dari persepsi pelanggan itu sendiri karena jika kualitas pelayanan baik maka pelanggan akan puas karena pelanggan mendapatkan apa yang dia inginkan. Nasabah akan memilih produk yang sesuai dari bank, sehingga produk tersebut harus menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen agar dapat dipasarkan. Bank sendiri memiliki produk yang beragam, produk tersebut memiliki banyak keunggulan dan keunggulan, dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan finansial. Di antara berbagai produk yang disediakan oleh bank, kita harus berhenti bahwa setiap produk pasti memiliki manfaat dan risiko. Produk yang paling diminati masyarakat adalah tabungan, giro, deposito dan pinjaman.

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya melalui beberapa syarat yang dijelaskan oleh bank kepada konsumen. Metode penarikan dapat menggunakan ATM, buku tabungan dan slip penarikan dan metode kompleks lainnya seperti perbankan online. Sedangkan simpanan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan cek kertas atau giro atau pemindahbukuan. Produk simpanan perbankan lainnya adalah produk perbankan yaitu layanan simpanan yang hanya dapat dibayarkan dalam jangka waktu tertentu (misalnya 3/6/12 bulan). Jika deposit dapat ditarik terlebih dahulu, nasabah akan dikenakan sanksi oleh pihak bank. Produk perbankan lain yang paling sering digunakan nasabah adalah kredit. Ini adalah produk yang disediakan oleh bank, yang memungkinkan pelanggan membayar, kemudian bank membayar terlebih dahulu sebelum membeli barang.

PT Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara disingkat PT BPD Kaitim Kaitara dan patut berbangga dengan masalah penggalangan dana, karena Bankaltimara lebih baik dari Kalimantan Timur dan Kalimantan Timur. 46 bank umum yang dioperasikan oleh Tara. Melalui kerja keras, perusahaan yang sepenuhnya dimiliki di kawasan ini telah mencapai hasil yang menggembirakan. Total aset Bankaltimara sebelumnya. Pertama, dari simpanan masyarakat yang dihimpun Bankaltimara. Dana ini disebut juga dana pihak ketiga atau DPK. Dalam rupiah, kami mengumpulkan DPK Rp 18,84 triliun dan awalnya membuka kantor dan jaringan layanan di jalan ini untuk bertindak sebagai Bankaltimara. Sebagai perusahaan daerah, Bankaltimara berperan sebagai agen pembangunan. Bankaltimara juga memberikan layanan perbankan kepada seluruh masyarakat. Dalam perkembangannya, strategi ini justru meningkatkan kinerja penghimpunan dana pihak ketiga Bankaltimara. Di daerah yang belum terjangkau layanan perbankan, dana masyarakat sangat besar. Sejauh ini, belum ada bank yang membuka layanan di banyak daerah terpencil. Sebagian besar karena keterbatasan akses dan infrastruktur. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis mengajukan judul dalam penelitian ini sebagai berikut : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara”**.

2.METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan asosiatif. Yang pertama dipilih karena subjek penelitian bersifat subjektif dan sulit diukur, sedangkan yang kedua digunakan untuk menentukan hubungan antara kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Dengan jenis penelitian ini, maka penelitian ini akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2014).

Investigasi berlangsung di Jalan Basuki Rahmat 5 di Samarinda, Kalimantan Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kalimantan serius dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan daerah serta mengidentifikasi sumber pendapatan daerah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Populasi dan sampel penelitian ini adalah nasabah Bank Kaltimara Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kaltim. Sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan “purposive sampling”.Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah:

1. Karyawan yang bekerja di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kalimantan Timur.
2. Karyawan yang telah menjadi nasabah Bankaltimara.
3. Karyawan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur yang memiliki buku tabungan di Bankaltimara.
4. Karyawan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur yang memiliki ATM Card Bankaltimara.
5. Karyawan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur yang menggunakan aplikasi SMS Banking.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melakukan *survey* kepada nasabah sebagai responden dengan memberikan kuisioner agar dapat digunakan dalam sampel penelitian dari tanggapan atas pernyataan yang diberikan. Terdapat lima skala dalam pengukuran skala *Likert* yang dapat digunakan sebagai alternatif oleh para responden untuk menjawab pertanyaan dari kuisioner yang diberikan. Dari 197 kuesioner yang dikirim, hanya 176 yang kembali. Karena data surveyor tidak sesuai dengan karakteristik sampling yang telah ditentukan, peneliti hanya dapat mewawancarai 100 orang, bukan 76 orang. Sampel penelitian 197 nasabah bank Kaltimara yang bekerja pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur. Hanya 100 yang memenuhi kriteria penelitian dan akan dianalisis.

3. PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan seberapa besar kevalidan setiap butir dalam instrument tersebut, Pengukuran di katakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% dan r hitung $>$ r tabel, maka dapat dinyatakan semua item pertanyaan itu valid.Hasil uji validitas terhadap 100 responden dapat dilihat pada [tabel 1](#) di bawah ini:

Tabel 1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.537	0.196	Valid
	X1.2	0.807	0.196	Valid
	X1.3	0.818	0.196	Valid

	X1.4	0.803	0.196	Valid
	X1.5	0.713	0.196	Valid
	X1.6	0.803	0.196	Valid
	X2.1	0.846	0.196	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.2	0.769	0.196	Valid
	X2.3	0.790	0.196	Valid
	Y1	0.883	0.196	Valid
	Y2	0.867	0.196	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y3	0.743	0.196	Valid
	Y4	0.813	0.196	Valid

Berdasarkan tabel 4.8 dapat di simpulkan bahwa semua variabel instrumen penelitian terhadap 100 responden di nyatakan valid. Hal ini bisa dilihat dari nilai r hitung $>$ r tabel, dimana r tabel bisa dilihat dari tabel r product moment dengan taraf signifikansi 0,05 (5%) sebesar 0,196.

3.1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten. Hasil pengujian dapat di katakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60 maka pernyataan tersebut dapat di katakan reliabel. Hasil uji reliabilitas terhadap 100 responden dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	6	0.840	0.6	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	3	0.722	0.6	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	4	0.840	0.6	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui dari dua variabel penelitian ini diketahui bahwa seluruh variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6 sehingga semua variabel dan dimensi penelitian dinyatakan reliabel. Dengan hasil *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0.6 maka secara keseluruhan variabel penelitian dinyatakan reliabel, dan dasar indikator ini yang akan digunakan pada analisis lebih lanjut.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin - Watson</i>
1	0,674	.455	.444	1,872	1,711

Berdasarkan tabel 3 di atas, penelitian ini menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,711. Tidak ditemukan autokorelasi dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(constant)	3,578	1.329		2,692	.008		
	X1	.255	.051	.409	5.035	.000	.851	1.175
	X2	.573	.116	.401	4.933	.000	.851	1.175

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Kaltimtar diberikan oleh variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu t-numerator yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 5,035 pada nilai Sig. = 0,000. Karena angka t = 5,035 maka t tabel = 1,984 dan nilai Sig. = 0,000 < a = 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (uji f)

<i>Model</i>	<i>df</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Regression	2	40,465	.000
Residual	97	5	
Total	99		

Berdasarkan perhitungan Ftabel pada tabel 5 diperoleh hasil sebesar 3,09 sedangkan Fhitung sebesar 40,465. Jika dibandingkan dengan nilai Ftabel maka terlihat bahwa Fhitung > Ftabel dan tingkat signifikansi diperoleh hasil 0,000 < 0,05 dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga dapat dinyatakan Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

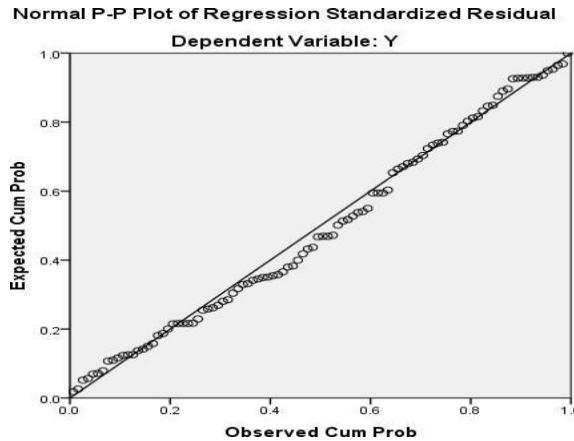
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>
1	(constant)	3,578	1.329	
	X1	.255	.051	.409
	X2	.573	.116	.401

a. Persamaan regresi linier berganda Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebagai berikut: $Y = 3,578 + 0,255 X1 + 0,573 X2 + e$

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

<i>Unstandardized Residual</i>	
N	100
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.736

Berdasarkan tabel di atas, 3 variabel memiliki nilai signifikansi sebesar 0,736, sehingga semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal ($p > 0,05$).

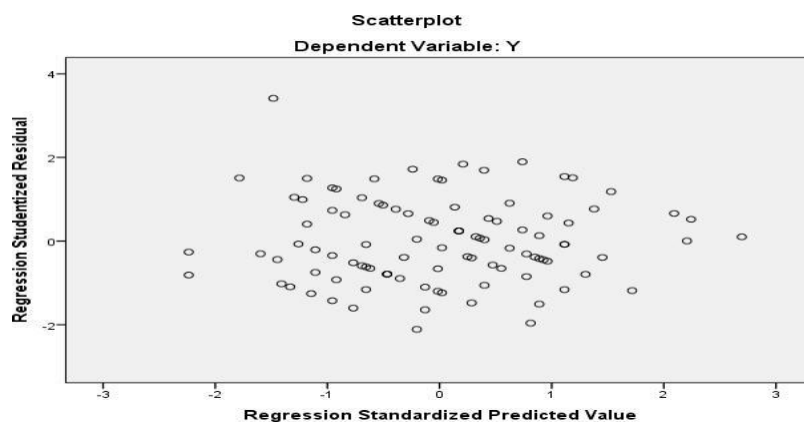


Gambar 1. Hasil uji P-plot untuk normalitas

Pada Gambar 1 P-Plot pada titik mengikuti garis diagonal, artinya ketiga variabel dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas sehingga dapat diproses pada pengujian selanjutnya.

Tabel.8. Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>	<i>Statistik Collinearity</i>	
	<i>Toleransi</i>	<i>VIF</i>
1 (Konstan)		
X1	.851	1.175
X2	.851	1.175



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Acuan dalam pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai *VIF* < 10.00 = tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi baik.

Pada Gambar 2 terlihat tidak adanya pola yang jelas, dan titik-titik yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dapat dikatakan nonheteroskedastis .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Nasabah akan lebih puas dengan layanan yang ditawarkan Bank Kaltimara jika kualitas layanan yang diberikan kepada mereka semakin baik. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan karena akan menurun jika kualitas layanan menurun. Kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk. Minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan akan berubah jika kualitas produk yang dimiliki Bank Kaltimara terus berinovasi dan menciptakan item-item menarik yang diminati Bank Kaltimara. Kepuasan pelanggan secara simultan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan dan produk. Nasabah akan lebih puas dengan layanan dan produk Bank Kaltimara dan akan terus menggunakannya dalam jangka waktu yang lebih lama jika Bank Kaltimara memberikan layanan dan barang yang berkualitas tinggi.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara Samarinda. Dari analisis hasil pengujian tersebut terlihat jelas bahwa kualitas pelayanan dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap pelayanan yang ditawarkan Bank Kaltimara akan meningkat jika kualitas pelayanan semakin baik. Kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk. Minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan akan berubah jika kualitas produk yang dimiliki Bank Kaltimara terus berinovasi, menarik, dan menawarkan barang-barang yang diminati Bank Kaltimara untuk ditawarkan kepada nasabahnya. Kepuasan pelanggan secara signifikan dan menguntungkan dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas layanan. Jika Bank Kaltimara. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah akan berpengaruh terhadap konsistensi dan loyalitas nasabah pada produk Bank Kaltimara apabila perusahaan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produknya.

Hasil analisis penelitian ini terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat dikatakan baik, dan peneliti memiliki berbagai saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan berdasarkan temuan tersebut. Kualitas produk perusahaan dapat dipengaruhi oleh kepuasan nasabah apabila Bank Kaltimara tidak menjaga operasional pelayanannya agar konsumen puas dengan kinerja yang ditawarkan perusahaan. Penggunaan teknik ini di luar kuesioner untuk mendapatkan metode pengumpulan data, seperti melakukan wawancara langsung dengan responden, akan ditambahkan oleh peneliti lain agar data yang diperoleh lebih berharga.

SARAN

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas, maka peneliti memberikan saran yang dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:
2. Dari hasil analisis penelitian ini mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keseluruhan dapat dikatakan baik. Akan tetapi perusahaan Bank Kaltimara tetap harus mempertahankan kinerja pelayanannya agar para nasabah merasa puas dengan kinerja yang diberikan perusahaan sehingga kepuasan nasabah tersebut juga dapat berpengaruh terhadap kualitas produk Bank Kaltimara yang dapat terus bersaing dengan bank-bank lainnya.
3. Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk menambahkan penggunaan metode lain selain kuesioner dalam mendapatkan instrumen dalam pengumpulan data agar data yang diperoleh lebih valid, seperti menggunakan metode wawancara langsung terhadap responden.
4. Pada peneliti selanjutnya diharapkan perlu adanya penambahan variabel independen lain selain kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Yulia Tri Kusumawati, SE, M.Si. Ak, proyek KDM Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur (kerjasama Dosen Mahasiswa), serta kepada anggota KDM lainnya, atas bantuan, kerjasama, dan fokusnya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

REFERENSI

- A. Usmara, (2003), *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro Book.
- Benjamin, & Susan S, White. (2004). *Service quality: Research perspective*. Thousand Oaks. CA Sage Publication, Inc. 200 pp.
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, *Service Marketing* (3rd ed.), Tata McGraw Hill NewDelhi.
- Bowen dan Lawler. (1995). "Empowering Service Employees?" Sloan Management Review 36 (summer): 73-84.
- Dendawijaya, Lukman (2005). *Manajemen Perbankan*. Bogor: Ghalia Indonesia. Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- E. Louis and David L. Kurtz (1995) 3rd edition. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Glynn Mangold, W. and Babakus, E. (1991), "Service Quality: the Front-stage vs. the Back-stage Perspective ", *Journal of Services Marketing*, Vol.5 No. 4, pp.
- Husain, Umar. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pusat: Jakarta
- James F. Engel (1994), *Pengertian perilaku konsumen, dalam buku Perilaku Konsumen*, Edisi 6: jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara. Kedua, Salemba Empat, Jakarta Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga: Jakarta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.