

## The Influence of Product Quality, Product Features, Location on Customer Satisfaction of Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Pangkalan Kerinci Branch Office

### Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk, Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci

Yuliana Marlisa Norhijar<sup>1</sup>, Ainun Mardiah<sup>\*2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

\*Corresponding author's e-mail: [ainun.mardiah@uin-suska.ac.id](mailto:ainun.mardiah@uin-suska.ac.id)

#### Abstract

The purpose of this research is to determine the effect of product quality (X1) product features (X2) and location (X3) on customer satisfaction (Y) at Bank Syariah Indonesia (BSI) Sub-Branch Office (KCP) Pangkalan Kerinci, both partially and individually. simultaneous. The population in this study were all customers who used the Automatic Teller Machine (ATM) of Bank Syariah Indonesia (BSI) Sub-Branch Office (KCP) Pangkalan Kerinci, totaling 100 people. The sampling method in this research used accidental sampling. The data used are primary and secondary data. The data analysis method in this research is quantitative using multiple linear regression tests and the data is analyzed using the SPSS program. The research results show that the variables product quality, product features and location affect customer satisfaction both partially and simultaneously. The result of the coefficient of determination is 0.643, shows that the product quality, product features and location as a whole have an influence of 64.3% on customer satisfaction.

**Keywords:** Product Quality, Product Features, Location, Customer Satisfaction.

#### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1) dan fitur produk (X2) dan lokasi (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci, baik secara parsial maupun secara simultan. Adapun populasi dalam penelitian ini semua Nasabah yang menggunakan Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci. Jumlah sampel penelitian adalah 100 responden. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling insidental. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda dan data dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, fitur produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,643, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, fitur produk dan lokasi secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 64,3% terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Fitur Produk, Lokasi Kepuasan Nasabah.

#### PENDAHULUAN

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan jasa perbankan dari bank BSI pemerintah BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang awalnya menganut sistem konvensional lebih lama berkembang di Indonesia yang dimana masyarakat lebih dulu mengenal dan menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan sistem

konvensional. Pada awal periode 1990-an jasa perbankan berkembang seiring waktu dengan menggunakan sistem syariah di Indonesia, sistem syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) juga memperluas sistem dengan menggunakan yang lebih dominan yaitu Umat Muslim yang dimana akan lebih memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragama Islam, kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritasnya adalah Umat Muslim.

Dalam Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan disebutkan bahwa bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan Syariah telah memasuki babak baru yang dimana dapat mengubah dan hanya sekedar memperkenalkan suatu pilihan yang mudah untuk menjadi pilihan utama atau yang pertama bagi nasabah dalam memilih bertransaksi di Bank Syariah yang memiliki potensi besar. Bank Islam merupakan suatu Lembaga keuangan atau perbankan yang lebih dominan terhadap sesuatu yang sesuai dengan prinsip syariat Islam yaitu berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist.

Perbankan sebagai Lembaga yang berperan dalam transaksi keuangan telah menggunakan teknologi informasi yang terus mengalami perkembangan. Masyarakat menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Rangsangan tersebut dapat berupa kemudahan pembukaan rekening tabungan, hadiah-hadiah/souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, fasilitas Automatic Teller Machine (ATM), dan jaminan keamanan. Kemudahan yang diberikan melalui layanan ATM (Automatic Teller Machine) menjadi daya Tarik tersendiri bagi nasabah. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan konsumen untuk melakukan penggunaan ulang jasa. Peningkatan pembukaan rekening nasabah yang dialami oleh Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia di Pangkalan Kerinci.

Kepuasan pelanggan (nasabah) merupakan inti dari pencapaian profit dalam jangka Panjang. Kepuasan pelanggan (Nasabah) didasarkan pada upaya meniadakan atau setidaknya mengurangi kesenjangan. Oliver dan Umar (2003) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif atau produk/jasa yang digunakan melebihi atau memenuhi harapan. Menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Menurut Tjiptono (2001) fitur produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Fitur merupakan cara kompetitif untuk mendiferensiasikan atau membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Fitur produk ini bisa berupa ciri fisik, sifat fungsional, bentuk, berat, ukuran, bau, bahan, warna, ataupun komponen lainnya yang dimiliki suatu produk. Menurut Ujang Suwarman (2004) Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Sedangkan pengertian Lokasi menurut Tjiptono (2008) Lokasi adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha

melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Dalam pengembangan produk digital kualitas layanan menjadi hal terpenting karena langsung dirasakan oleh pelanggan (nasabah), sehingga akan membentuk kepuasan nasabah dalam pemakaian suatu produk misalnya produk Automatic Teller Machine (ATM) di Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain kualitas layanan, Pengembangan fitur produk Automatic Teller Machine (ATM) di Bank Syariah Indonesia (BSI) juga menjadi poin terpenting selanjutnya, karena fitur produk Automatic Teller Machine (ATM) di Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi keunggulan dan ciri khas tersendiri bagi suatu produk yang dapat dimanfaatkan langsung oleh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan adanya Mergers 3 Bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Riau Syariah (BRIS) yang menjadi satu dengan nama PT. Bank Syariah Indonesia, tentu hal ini menjadi momen untuk terus mengembangkan kualitas produk, fitur produk, dan Lokasi Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) guna memberikan kemudahan dan juga menjadi produk digital unggulan bagi Bank syariah Indonesia. Merujuk dari hal tersebut mempertanyakan Pengaruh kualitas produk, Fitur Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan nasabah Automatic Teller Machine (ATM) Bank syariah Indonesia (BSI) di Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan di setiap Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci Lintas Timur, Kabupaten Pelalawan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan fitur produk ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ). Kemudian variabel terikat yaitu kepuasan nasabah ( $Y$ ).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan mesin ATM BSI KCP Pangkalan Kerinci. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan kriteria pernah menggunakan mesin ATM BSI KCP Pangkalan Kerinci. Jumlah sampel adalah sebanyak 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Kualitas Data**

Uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau valid atau tidaknya suatu kuesioner menurut Ghazali (2013). Suatu kuesioner dikatakan valid jika suatu pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Item dikatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,3. Bila korelasi setiap faktor positif dan lebih besar 0,3 maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Setiap item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Hasil uji validitas terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Item- Total Correlation	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	P1.1	0,776	0,3	Valid
	P1.2	0,876	0,3	Valid
	P1.3	0,928	0,3	Valid
	P1.4	0,946	0,3	Valid
	P1.5	0,942	0,3	Valid
	P1.6	0,894	0,3	Valid
	P1.7	0,892	0,3	Valid
	P1.8	0,913	0,3	Valid
	P1.9	0,916	0,3	Valid
Fitur Produk (X2)	P2.1	0,551	0,3	Valid
	P2.2	0,698	0,3	Valid
	P2.3	0,838	0,3	Valid
	P2.4	0,540	0,3	Valid
	P2.5	0,806	0,3	Valid
Lokasi (X3)	P3.1	0,670	0,3	Valid
	P3.2	0,820	0,3	Valid
	P3.3	0,775	0,3	Valid
	P3.4	0,811	0,3	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1.1	0,784	0,3	Valid
	Y1.2	0,764	0,3	Valid
	Y1.3	0,798	0,3	Valid
	Y1.4	0,859	0,3	Valid
	Y1.5	0,797	0,3	Valid
	Y1.6	0,900	0,3	Valid
	Y1.7	0,853	0,3	Valid

Sumber: Data Olahan Tahun 2023

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa setiap pernyataan dalam setiap variabel bahwa nilai *corrected item total correlation* untuk masing-masing variabel berada  $>0,3$ . Ini menunjukkan data tersebut valid karena memenuhi asumsi uji validitas.

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas penelitian ini terlihat pada Tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,977	0,6	Reliabel
Fitur Produk (X2)	0,861	0,6	Reliabel
Lokasi (X3)	0,894	0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,946	0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan Tahun 2023.

Uji reliabilitas untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari sebuah variabel untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* >0,6 maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Begitu juga sebaliknya, jika *cronbach's alpha* <0,6 maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,977 lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa item dari variabel (X1) adalah reliabel. Untuk variabel Fitur Produk (X2) sebesar 0,861 lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa item dari variabel (X2) adalah reliabel. Variabel Lokasi (X3) sebesar 0,894 lebih besar dari 0,6 yang menunjukkan bahwa item dari variabel (X3) adalah reliabel, dan variabel Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,946 lebih besar dari 0,6 yang menunjukkan bahwa pernyataan dari masing-masing item variabel seluruhnya adalah reliabel.

### Uji Normalisasi

Untuk Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Uji t dan f, seperti yang sudah menjadi pengetahuan umum, memberi asumsi bahwasannya nilai residual ikut ke pendistribusian normal Uji statistik untuk jumlah sampel kecil menjadi salah jika asumsi ini dilanggar. Upaya guna melakukan deteksi apakah residual terdistribusi dengan normal ataupun tidak yakni melalui pengamatan grafik histogram yang melakukan perbandingan pada data observasi yang mana pendistribusiannya mendeteksi pendistribusian normal. Uji Kolmogorov-Smirnov adalah uji normalitas yang memanfaatkan fungsi distribusi kumulatif. Jika Sig > alpha (0,05), nilai residual terstandarisasi terdistribusi secara teratur.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,20347634
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,049
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data Olahan Tahun 2023.

### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Untuk menguji Multikolinieritas adalah dengan menggunakan variance inflation factor (VIF) yang merupakan kebalikan dari toleransi. Bila korelasi kecil artinya menunjukkan nilai VIF akan besar. Bila korelasi kecil artinya menunjukkan nilai VIF akan besar. Bila VIF < 10

maka dianggap tidak terjadi multikolinieritas. Bila  $VIF > 10$  terjadi persoalan multikolinieritas diantara variabel bebas.

**Uji Multikolinieritas**

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	2,633	2,296				1,147
Kualitas Produk	,370	,054	,558	6,819	,000	,555	1,803
Fitur Produk	,272	,122	,175	2,233	,028	,608	1,644
Lokasi	,365	,182	,193	2,008	,047	,402	2,490

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Olahan Tahun 2023.

Dari Tabel 5 uji multikolinieritas, maka dapat dilihat bahwa *tolerance value* > 0,1 dan  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi gejala multikolinieritas antara variabel independent pada model regresi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homokedastisitas. Penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser yaitu dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas. Dengan kesimpulan, jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ( $sig > \alpha$ ) maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	-,749	1,299		
Kualitas Produk	-,011	,031	-,047	-,356	,723
Fitur Produk	,106	,069	,194	1,54 0	,127
Lokasi	,082	,103	,124	,801	,425

a. Dependent Variable: Abs\_RES1

Sumber: Data Olahan Tahun 2023.

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. hal ini karena sig variabel kualitas produk terhadap *absolut residual* sebesar  $0,723 > 0,05$ , sig variabel fitur produk terhadap residual sebesar  $0,127 > 0,05$  sedangkan sig variabel lokasi terhadap residual sebesar  $0,425 > 0,05$ .

**Uji Autokorelasi**

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada terjadi korelasi, jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary<sup>b</sup>**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
,802 <sup>a</sup>	,643	,632	3,253	1,754

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fiture Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variabel: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan Tahun 2023.

Dari hasil pengujian autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin-Watson* terletak antara -2 dan +2 =  $-2 < 1.754 < +2$ . Dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi pada penelitian ini.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dapat dilihat dengan persamaan  $Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$ . Hasil dari uji analisis regresi linear berganda terlihat pada Tabel 7:

**Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,633	2,296		1,147	,254
Kualitas Produk	,370	,054	,558	6,819	,000
Fitur Produk	,272	,122	,175	2,233	,028
Lokasi	,365	,182	,193	2,008	,047

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan Tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,633 + 0,370 X_1 + 0,272 X_2 + 0,365 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 2,633, artinya adalah apabila kualitas produk, fitur produk dan lokasi di asumsikan 0, maka penjualan akan sebesar 2,633. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,370, artinya adalah bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar satu

satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,370 dan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel fitur produk sebesar 0,272, artinya adalah bahwa setiap peningkatan fitur produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,272 dan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,365, artinya adalah bahwa setiap peningkatan lokasi sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,365 dan asumsi variabel lain tetap. Standar error merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas. Standar error mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh Y tetapi tidak dimasukkan kedalam persamaan.

### **Uji Secara Parsial (Uji t)**

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) secara parsial atau individu terhadap Variabel devenden (Y) dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Rumus pengambilan t tabel dengan nilai signifikansi sebesar 5% adalah sebesar 1,984.

Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial pengaruh kualitas produk, fitur produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci. Selanjutnya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig > \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk, fitur produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci.

Berdasarkan hasil penelitian yang terlihat pada Tabel 7 dapat diketahui hasil dari masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variabel bebas. Hasil uji parsial pada variabel kualitas produk diketahui t hitung (6,819) > t tabel (1,984) dan  $Sig (0,000) < (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci.

Kemudian hasil uji parsial variabel fitur produk diketahui t hitung (2,233) > t tabel (1,984) dan  $Sig (0,028) < (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari fitur produk terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci.

Selanjutnya hasil uji parsial variabel lokasi, diketahui t hitung (2,008) > t tabel (1,984) dan  $Sig (0,047) < (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari lokasi terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci.

### **Uji Secara Simultan (Uji F)**

Menurut Suliyanto (2011) Uji simultan digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terdapatnya. Jika variabel bebas

memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel tergantung maka model persamaan regresi masuk kriteria cocok. Jika tidak terdapat pengaruh secara simultan maka masuk dalam kategori tidak cocok.

Nilai  $f$  tabel pada penelitian ini adalah 2,70. Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan apabila tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan pengaruh kualitas produk, fitur produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci. Selanjutnya apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan apabila tingkat signifikansi  $> \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah *Authomatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci.

**Tabel 8. Hasil Uji Simultan (uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	1830,786	3	610,262	57,665	,000 <sup>b</sup>	
Residual	1015,964	96	10,583			
Total	2846,750	99				

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Fitur Produk, Kualitas Produk

Sumber: Data Olahan Tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 8 diatas diketahui F hitung sebesar 57.665 dengan signifikan 0,000 sehingga F hitung ( $57.665 > F$  tabel (2,70) dan sig (0,000)  $< (0,05)$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan dari kualitas produk, fitur produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Suliyanto (2011) Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergantungnya. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Hasil dari penelitian untuk uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,802 <sup>a</sup>	,643	,632	3,253

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fitur Produk, Kualitas Produk

Sumber: Data Olahan Tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai korelasi (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,802. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang

cukup antara variabel independen terhadap variabel dependent. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,643. Hal ini hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependent menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, fitur produk dan lokasi secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 64,3% terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk diketahui nilai  $t$  hitung (6,819) >  $t$  tabel (1,984) dan Sig (0,000) < (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2016) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan) dengan  $t$  hitung sebesar 12,346, dengan probabilitas (sig) sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) diterima.

### **Pengaruh Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel fitur produk diketahui nilai  $t$  hitung (2,233) >  $t$  tabel (1,984) dan Sig (0,028) < (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari fitur produk terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hibatullah (2022) yang berjudul Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT. Bank mandiri KCP Sumbawa besar) dengan  $t$  hitung sebesar 4.607, dimana nilai  $t$  hitung >  $t$  table (4.607 < 1.985) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Berdasarkan nilai tersebut  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Positif secara signifikan antar variabel fitur produk terhadap kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel lokasi diketahui nilai  $t$  hitung (2,008) >  $t$  tabel (1,984) dan Sig (0,047) < (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari lokasi terhadap kepuasan nasabah *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hibatullah (2022) yang berjudul Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT. Bank mandiri KCP Sumbawa besar) dengan

t hitung  $>$  t tabel ( $7.602 > 1,663$ ), dan nilai signifikansi  $0,000$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci. Berdasarkan nilai tersebut  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Positif secara signifikan antar variabel Lokasi terhadap Kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, fitur produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dengan nilai F hitung ( $57.665 > F$  tabel ( $2,70$ ) dan sig ( $0,000 < (0,05)$ )  $R^2$  Sejumlah  $0,643$  artinya pengaruh kualitas produk, fitur produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci sejumlah  $64,3\%$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Majid dkk (2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan) dengan hasil pengujian secara umum menunjukkan bahwa dari 3 variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Raket Chicken Cabang Lamongan, dan ke-3 variabel bebas dominan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data dan diketahui bahwa nilai f hitung  $>$  f tabel ( $108,787 > 0,05$ ) dengan signifikansi  $0,000$  yang lebih kecil dari  $0,05$  sehingga kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Besaran pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah  $77,3\%$  yang dilihat pada koefisien determinasi yang disesuaikan dengan R Square yaitu  $0,773$ . Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar  $77,3\%$ , sisanya  $22,7\%$  dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **PENUTUP**

Variabel kualitas produk, fitur produk, lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dari terhadap kepuasan Nasabah Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci. Diketahui juga bahwa variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah variabel kualitas produk. Kemudian dapat juga disimpulkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, fitur produk dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pangkalan Kerinci.

### **REFERENSI**

- Amir, Muhammad. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen, Pengguna Notebook Acer Pada PT. Genius Alva Makassar.
- Kotler Philip dan Armstrong, Gary. (2014), *Principles of Marketing*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.

- Oladepo, Onigbinde Isaac & Odunlami Samuel Abimbola. (2015). *The influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision- A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria*, *British Journal of Marketing Studies*, Vol.3, no.4, pp.97-109.
- Rakhmad Maulana dan Imam Hidayat. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Xiaomi Smartphone*, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.6, No.12, hal.1-16.
- Selvany Chichilia Lotulung, Joyce Lapien & Silcyljeova Moniharapon. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan WOM (Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss pada CV. Tristar Jaya Globalindo Manado*, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol.3, No.3, hal.817-826.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Social Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan Ke25, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*,. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2019) *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (Edisi ke-1)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Vivi Alvionita. (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia (Studi Kasus Toko Mars Cell Klandasan, Balikpapan)*, *eJournal Psikologi*, Vol.2, No.2, hal.258-268.
- Vivil Yazia. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang)*, *ECONOMICA*, Vol.2, No.2, hal.165-173.