

# The Influence Of Promotion, Interest Rates, And Service Quality On Customer Satisfaction At Bak Perkreditan Rakyat (BPR) Dana Nusantara Kc Sp Plaza Batam

## Pengaruh Promosi, Suku Bunga Kredit, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bak Perkreditan Rakyat (BPR) Dana Nusantara Kc Sp Plaza Batam

Gideon Romula Sinaga <sup>1)</sup>; Feliks Dabur <sup>2)</sup>; Josepin Harianja <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bentara Persada

Email: <sup>1</sup> [deonbrado27@gmail.com](mailto:deonbrado27@gmail.com) ; <sup>2</sup> [felixpondo@gmail.com](mailto:felixpondo@gmail.com) ; <sup>3</sup> [josepinharianja@stiebpbatam.ac.id](mailto:josepinharianja@stiebpbatam.ac.id)

### How to Cite :

Sinaga, R, G., Dabur, F., Harianja, J. (2024). Pengaruh Promosi, Suku Bunga Kredit, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bak Perkreditan Rakyat (BPR) Dana Nusantara Kc Sp Plaza Batam. Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen, 7 (2). DOI: <https://doi.org/10.62820/trt.v7i2>

### ARTICLE HISTORY

Received [29 Mei 2024]

Revised [10 Juli 2024]

Accepted [22 Juli 2024]

### KEYWORDS

Promotion, Credit Interest Rates, Service Quality And Customer Satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Dana Nusantara di KC SP Plaza Batam. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 109 responden dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menemukan bahwa thitung sebesar 4,648 > ttabel sebesar 1,659 dengan tingkat signifikansi 0,00 < 0,05, maka promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. thitung sebesar 1,198 < ttabel sebesar 1,659 dengan tingkat signifikansi 0,234 < 0,05, maka suku bunga kredit tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. thitung sebesar 3,538 > ttabel 1,659 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05, maka kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari uji F diketahui bahwa nilai thitung promosi, suku bunga kredit, dan kualitas pelayanan adalah sebesar 120,688 > ftabel 2,69 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi, suku bunga kredit, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Dana Nusantara KC SP Plaza Batam.

### ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotions, credit interest rates and services either partially or simultaneously on customer satisfaction at the People's Credit Bank (BPR) Dana Nusantara in KC SP Plaza Batam. This research was conducted using quantitative research methods with a total of 109 respondents and data collection using a questionnaire. The results of this study found that tcount was 4.648 > ttable was 1.659 with a significant level of 0.00 < 0.05, so the of promotion had positive and significant effect on customer satisfaction. tcount of

*1.198 < ttable of 1.659 with a significantce level of 0.234 <0.05, then credit interest rates have no positif and insignificant effect on tcount of 3.538 > ttable 1.659 with a significantce level of 0.001 <0.05, then service has a positif and significant effect on customer satisfaction. From the F test it is known that the fcount of promotions, credit interest rates, and services is 120.688 > 2.69 ftable with a significantce value of 0.000 <0.05. This shows that the variabel. promotion, interest rates, and services simultaneously have a positif and significant effect on customer satisfaction at the People's Credit Bank (BPR) Dana Nusantara KC SP Plaza Batam.*

## PENDAHULUAN

Pada dekade ini perusahaan dituntut untuk memiliki kesehatan financial dan bahkan dituntut untuk dapat bertahan dalam menghadapi suatu lingkungan yang berubah dengan cepat. Marketing memainkan satu peran kunci dalam mengatasi tantangan tersebut, pentingnya pemasaran meluas ke masyarakat secara keseluruhan. Manajemen pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan, penetapan harga promosi, serta penyaluran gagasan barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dalam organisasi. (Nur, 2022). Manajemen pemasaran adalah proses pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi, dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi ((Zahra, 2022).

Tujuan dari manajemen pemasaran untuk memperkenalkan dan menjual produk-produk serta memberikan pengetahuan dasar tentang produk yang dihasilkan perusahaan termasuk akan memberikan efek, bagi pelanggan/calon nasabah maupun bagi bank itu sendiri. Nasabah akan terbantu dalam memahami produk dan juga perusahaan akan terbantu dalam mendapatkan pelanggan, sehingga pemasaran merupakan jantungnya perusahaan dengan cara memberikan kepuasan bagi pelanggan. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan bagi pelanggan.

Promosi merupakan pemberitahuan akan informasi, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen (Alfian & Hermawan, 2023). Promosi merupakan upaya penawaran produk dan pemberitahuan informasi yang dilakukan agar konsumen dapat tertarik agar membeli atau menggunakan produk tersebut (Nafiah & Nugraha Pratama, 2021).

Suku Bunga Kredit merupakan harga dari pinjaman, suku Bunga dinyatakan sebagai presentase uang pokok perunit waktu, Bunga merupakan suatu ukuran harga sumber daya yang digunakan oleh Nasabah yang harus dibayarkan kepada bank atau kreditur (L. Sari et al., 2021). Menurut (Anbiya & Renny, 2020) Suku bunga kredit merupakan salah satu hal penting yang menjadikan pertimbangan masyarakat sebelum mereka memutuskan untuk mengajukan kredit pada Bank maupun lembaga keuangan non bank.

Layanan yang baik dalam sebuah perbankan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri, begitu pula kualitas produk yang ditawarkan bank kepada Nasabah yang banyak memberikan manfaat dalam setiap kegiatan (Muthia Anggraeni, 2022). Kualitas Pelayan mempunyai definisi suatu daya tangkap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan dan kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan Nasabah dan berakhir pada persepsi Nasabah (R. R. Sari et al., 2021).

Kepuasan Nasabah dapat dilihat dari ukuran, kepuasan Nasabah adalah tetap setia membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan produk, bersedia membayar lebih dan memberikan masukan (Rudi Syaiful Anwar, dkk 2022). Menurut (Imelda & Huwaida, 2019) Kepuasan Nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, maka nasabah tidak puas maka sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, Nasabah sangat puas dan senang.

BPR Dana Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perbankan yang berkembang dengan cepat di Provinsi Kepulauan Riau yang beridiri pada tanggal 18 Mei 2002 atas

prakarsa para pengusaha dan para profesional dari berbagai Nusantara. BPR Dana Nusantara memiliki beberapa kantor cabang di Kepulauan Riau yang beralamat Jl. Raja Ali Haji (Nagoya) sebagai kantor pusat dan beberapa kantor cabang salah satunya di daerah Panbil, KDA Batam Center, Tanjung Pinang serta di SP Plaza Batu Aji. Saat ini sebagian masyarakat yang tinggal di Kepulauan Riau belum mengetahui BPR Dana Nusantara sebagai Bank Perkreditan Rakyat. Berikut merupakan data jumlah nasabah kredit BPR Dana Nusantara tahun 2020-2021.

**Tabel 1. Data Jumlah Nasabah Kredit Tahu 2020-2021**

No	Bulan	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Januari	7	4
2	Februari	10	9
3	Maret	9	20
4	April	8	7
5	Mei	11	8
6	Juni	11	4
7	Juli	4	9
8	Agustus	10	11
9	September	4	10
10	Oktober	6	11
11	November	5	10
12	Desember	2	10
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>113</b>

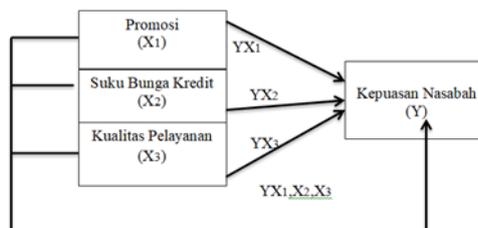
Sumber: Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara di KC SP Plaza Batam

Dari data di atas terlihat bahwa pertumbuhan kredit dari tahun ke tahun berfluktuasi, pada bulan Januari dan Februari mengalami penurunan dan kembali di bulan Maret mengalami peningkatan lalu kembali lagi di bulan April-Juni 2021 mengalami penurunan jumlah orang kredit, dan di bulan Juli 2021 mengalami peningkatan nasabah yang kredit. Masalah dari penelitian ini adalah penurunan tingkat nasabah kredit di awal bulan hingga pertengahan 2021, BPR Dana Nusantara berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya dengan produk-produk bagi para calon-nasabahnya. BPR ini juga memberikan promosi-promosi dalam menjalankan transaksi dan juga menawarkan suku bunga Kredit dengan jangka waktu tertentu. penurunan suku bunga di BPR Dana Nusantara disebabkan oleh strategi pemasaran perusahaan, yang menekankan perlunya membangun kepercayaan nasabah dan melampaui harapan mereka untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Nasabah harus merasa yakin dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

### LANDASAN TEORI

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berikut ini adalah gambar kerangka berpikir pada penelitian ini:

**Gambar 1. Kerangka Penelitian**



Berdasarkan kerangka berpikir di atas hipotesis penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara KC SP Plaza Batam?

2. Apakah suku bunga kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara KC SP Plaza Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara KC SP Plaza Batam?
4. Apakah promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara KC SP Plaza Batam?

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif maupun statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah proses yang penting dalam sebuah penelitian, keberhasilan dalam penarikan kesimpulan penelitian sangat tergantung kepada teknik yang digunakan dalam mendapatkan data-datanya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni:

1. Studi Pustaka. Studi pustaka adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan serta berguna bagi penyusunan penelitian ini, seperti berupa studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel majalah dan lainnya (Ramadhani et al., 2021).
2. Kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan memberikan atau menyerahkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut (Sinta Ardhihatul Jannah, 2019).

### Populasi Dan Sampel

Menurut Hadi dalam (Arahadson, 2023) Populasi adalah individu yang biasa dikenai generalisasi dari kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah kredit BPR Dana Nusantara di KC SP Plaza Batam, yang berjumlah 200 nasabah pada tahun 2020 – 2021.

Menurut (Gitleman & Kleberger, 2020) Populasi termasuk bagian dari sampel. Berbagai macam individu yang dipilih dari populasi untuk dijadikan sebagai sampel. Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel menggunakan rumus *slovin*.

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presentase batas toleransi

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{200}{1 + 200(0,07)^2} \\ &= \frac{200}{1 + 200(0,0049)} \\ &= \frac{200}{1 + 0,98} \\ &= \frac{200}{1,98} \\ n &= 101 \end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel menurut rumus *slovin* untuk penelitian ini adalah 101 dan di tambah 8 untuk memperbesar responden menjadi 109.

**Teknik Analisis Data**

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji reabilitas

Uji Validitas. Uji validitas merupakan alat yang digunakan dalam mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item dapat dinyatakan valid. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item dinyatakan tidak valid,  $r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (Pasaribu, 2019c).

**Tabel 2. Kategori Koefisien Uji Validasi**

Interval	Kriteria
0,800-1,000	Sangat tinggi
0,600-0,800	Tinggi
0,400-0,600	Cukup
0,200-0,400	Rendah
0,000-0,200	Sangat rendah

Uji reabilitas merupakan pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali (Amanda *et al.*, 2019).

**Tabel 3. Kategori Koefisien Uji Reliabilitas**

Interval	Kriteria
< 0,200	Sangat Rendah
0,2 – 0,399	Rendah
0,4-0,599	Cukup
0,6-0,799	Tinggi
0,8-1,0	Sangat Tinggi

Sumber : Buku *Metedologi Penelitian Kuantitatif (Duli, 2019)*

**Pembuktian Hipotesis**

Hipotesis berarti dugaan atau jawaban sementara yang masih harus diuji kebenarannya. Hipotesis merupakan taksiran terhadap parameter populasi melalui data-data sampel. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F

1. Uji t (Parsial). Uji t menurut Anshori digunakan untuk mengetahui apakah variabel promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Suparyanto dan Rosad, 2020).
2. Uji F (Simultan). Uji F menurut Anshori digunakan untuk mengetahui apakah variabel promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Untuk menghitung  $F_{hitung}$  menggunakan alat bantu SPSS (Suparyanto dan Rosad, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh Promosi, suku bunga kredit, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Dari responden yang diteliti, responden mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang. (42,3%) sedangkan dari segi usia mayoritas responden dengan usia 20 - 25 tahun sebanyak 63 orang. (57,8%) dari tingkat pendidikan mayoritas SMA/Sederajat sebanyak 61 orang. (56,0%) dari pekerjaan responden mayoritas dengan pekerjaan Wiraswasta sebanyak 44 orang. (40,4%) dan dari tingkat karakteristik responde bertransaksi dalam satu bulan 1-5 sebanyak 88 orang. (80,7%) dan dari karakteristik responden berdasarkan periode menjadi nasabah sebanyak 46 orang. (42,2%)

Berikut adalah pembahasan dari analisis-analisis yang sudah dilakukan diatas:

1. 1. Pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah. Promosi adalah bentuk cara untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa melalui iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Berdasarkan perhitungan diperoleh thitung 4,648 > ttabel 1,659 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 artinya  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini, secara persial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai konstanta -0,523 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,460. Artinya jika promosi meningkat 1 skor maka kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,460 skor. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan oleh peneliti, dapat penulis simpulkan alasan dari mengapa promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara adalah karena nasabah akan mengetahui lalu melakukan kredit bila promosi tersebut lebih sering dan lebih menarik.
2. Pengaruh Suku Bunga Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah. Suku bunga kredit merupakan Sejumlah uang yang diwajibkan kepada pihak yang meminjamnya dengan perhitungan berdasarkan persentasenya dan dilakukan berdasarkan periode atas waktu yang ditentukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga kredit tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Berdasarkan perhitungan diperoleh thitung 1,198 > ttabel 1,659 dan nilai signifikansi 0,234 > 0,05 artinya  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini, secara persial suku bunga kredit tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai konstanta -0,523 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,142. Artinya jika suku bunga kredit meningkat 1 skor maka kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,142 skor. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan oleh peneliti, dapat penulis simpulkan alasan dari mengapa suku bunga kredit tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara adalah karena kebanyakan nasabah mudah tergoda dengan suku bunga yang relative lebih rendah yang tidak jauh berbeda dari suku bunga yang ditawarkan dengan persenan yang cukup tinggi.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Kualitas pelayanan merupakan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Berdasarkan perhitungan diperoleh thitung 3,538 > ttabel 1,659 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 artinya  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini, secara persial kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai konstanta -0,523 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,353. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat 1 skor maka kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,353 skor. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan oleh peneliti, dapat penulis simpulkan alasan dari mengapa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara adalah karena kualitas pelayanan yang dikenal dan diketahui oleh debitur atau masyarakat akan lebih muda menarik minat nasabah untuk melakukan kredit.

**Analisi Regresi Linear Berganda**

Dengan mempergunakan suatu pengujian ini, Anda dapat menentukan bagaimana terdapat suatu keterkaitan yang berada di antara variabel independen beserta dependen ini disebut uji regresi berganda. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear berganda juga digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dapat digunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = -0,523 + 0,460X_1 + 0,142X_2 + 0,353X_3 + e$$

Fungsi regresi di atas dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -0,523 artinya bahwa, jika variabel promosi, suku bunga kredit, dan kualitas pelayanan bernilai nol (0) maka kepuasan nasabah akan cenderung menurun sebesar -0,523.
2. Dari hasil regresi linear berganda, didapat nilai variabel promosi sebesar 0,460 dan nilainya positif. Artinya apabila variabel promosi meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka kepuasan nasabah BPR Dana Nusantara akan meningkat atau menurun dengan koefisien regresi sebesar 0,460.
3. Dari hasil regresi linear berganda, didapat nilai variabel suku bunga kredit sebesar 0,142 dan nilainya positif. Artinya apabila variabel suku bunga kredit meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka kepuasan nasabah BPR Dana Nusantara akan meningkat atau menurun dengan koefisien regresi sebesar 0,142.
4. Dari hasil regresi linear berganda, didapat nilai kualitas pelayanan sebesar 0,353 dan nilai positif. Artinya apabila variabel citra merek meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka kepuasan nasabah BPR Dana Nusantara akan meningkat atau menurun dengan koefisien regresi sebesar 0,353.

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat secara parsial. Pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan program SPSS versi 26 dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan adalah 5%. Dalam menentukan ttabel, dengan df (degree of freedom) = n – k, di mana jumlah sampel (n) = 105 serta jumlah variabel penelitian (k) = 4. Jadi df = 109 – 4 = 105 dan tingkat signifikansi untuk uji dua arah 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut, didapatkan ttabel penelitian ini sebesar 1,659.

**Tabel 4. Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-.523	1.403		-.373	.710
	Promosi (X <sub>1</sub> )	.460	.099	.422	4.648	.000
	Suku bunga kredit (X <sub>2</sub> )	.142	.119	.134	1.198	.234
	kualitas pelayanan (X <sub>3</sub> )	.353	.100	.372	3.538	.001

a. Dependent Variabel: kepuasan nasabah (Y)

Hasil Uji t pada table 4 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada variabel promosi nilai thitung promosi (X<sub>1</sub>) adalah sebesar 4,648 > ttabel 1,659 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 maka H<sub>a</sub> ditolak dan H<sub>o</sub> diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR Dana Nusantara.
2. Nilai thitung suku bunga kredit (X<sub>2</sub>) adalah sebesar 1,198 < ttabel 1,659 dengan tingkat

signifikansi  $0,234 > 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel suku bunga kredit tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR Dana Nusantara.

3. Nilai thitung kualitas pelayanan (X3) adalah sebesar  $3,538 > t_{tabel} 1,659$  dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara.

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS versi 26 dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan adalah 5%. Didalam menentukan  $f_{tabel}$ , harus terlebih dahulu menetapkan  $df_1$  (degree of freedom) =  $k - 1$  dan  $df_2$  (degree of freedom) =  $n - k$ , sesuai jumlah sampel ( $n$ ) = 92 serta jumlah variabel penelitian ( $k$ ) = 4. Jadi,  $df_1 = 4 - 1 = 3$  dan  $df_2 = 92 - 4 = 88$  dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil output uji F (uji simulatan) diperoleh pada tabel ANOVA. Berdasarkan perhitungan tersebut, sehingga  $f_{tabel}$  penelitian ini sebesar 2,71.

**Tabel 5. Hasil Uji f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3760.019	3	1253.340	120.688	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1090.422	105	10.385		
	Total	4850.440	108			

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung untuk Promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan adalah sebesar  $120,688 > F_{tabel} 2,69$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR Dana Nusantara.

Koefisien determinasi berganda disebut juga R Square ( $R^2$ ), nilai yang digunakan untuk melihat sejauh mana model yang berbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Nilai ini merupakan ukuran ketetapan/ kecocokan garis regresi yang diperoleh dari pendugaan yang diobservasi atau diteliti. Uji  $R^2$  pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

**Tabel 5. Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 <sup>a</sup>	.775	.769	3.223

Nilai  $R^2$  dapat diinterpretasikan sebagai presentase nilai yang menjelaskan keragaman nilai Y yaitu 76,90% variabel promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya 23,10% variabel minat beli dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel bebas lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian.

Kesimpulan di atas menegaskan bahwa variabel promosi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Tetapi untuk variabel suku bunga kredit tidak berpengaruh dan tidak signifikan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara baik secara parsial maupun secara simultan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 109 respondendengan judul pengaruh Promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara di SP Plaza Batam. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Model regresi linear berganda yang diperoleh dari analisis yaitu:  $Y = -0,523 + 0,460X_1 + 0,142X_2 + 0,353X_3 + e$ .
2. Secara parsial promosi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Hal ini berdasarkan perhitungan thitung sebesar 4,468 < ttabel 1,659 dan nilai signifikansi 0,000 > 0,05 artinya,  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan oleh penulis, dapat penulis simpulkan alasan dari mengapa promosi berpengaruh terhadap kepuasana nasabah di BPR Dana Nusantara adalah karena nasabah akan mengetahui lalu melakukan kredit bila promosi tersebut lebih sering dan lebih menarik.
3. Secara parsial suku bunga kredit tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Berdasarkan perhitungan diperoleh thitung 1,198 < ttabel 1,659 dan nilai signifikansi 0,234 > 0,05 artinya  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan oleh penulis, dapat penulis simpulkan alasan dari mengapa suku bunga kredit tidak berpengaruh terhadap kepuasana nasabah di BPR Dana Nusantara adalah karena kebanyakan nasabah mudah tergoda dengan suku bunga yang relative lebih rendah yang tidak jauh berbeda dari suku bunga yang ditawarkan dengan persenan yang cukup tinggi.
4. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Hal ini berdasarkan perhitungan diperoleh thitung 3,538 > ttabel 1,659 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 artinya  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan oleh penulis, dapat penulis simpulkan alasan dari mengapa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasana nasabah di BPR Dana Nusantara adalah karena kualitas pelayanan yang dikenal dan diketahui oleh debitur atau masyarakat akan lebih muda menarik minat nasabah untuk melakukan kredit.
5. Secara simultan promosi, suku bunga kredit dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Hal ini berdasarkan hasil uji simultan diperoleh fhitung sebesar 120,688 > ftabel 2,69 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.
6. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel bebas berkontribusi sebesar 76,90% sedangkan sisanya yaitu 23,10% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kesimpulan di atas menegaskan bahwa variabel promosi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara. Tetapi untuk variabel suku bunga kredit tidak berpengaruh dan tidak signifikan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Dana Nusantara baik secara parsial maupun secara simultan.

### Saran

1. Bagi perusahaan diharapkan pihak BPR Dana Nusantara selalu menciptakan promosi yang baik dengan suku bunga yang terjangkau sesuai keinginan nasabah agar selalu melakukan keputusan kredit terhadap produk BPR Dana Nusantara, dan lebih mengenalkan produk-produk melalui promosi. dengan secara keseluruhan ke masyarakat luas agar terbangun atau terbentuk hubungan kepada keluarga, kerabat, dan teman untuk melakukan kreditur dan mengetahui produk BPR Dana Nusantara yang sudah terjamin dan sudah dikenal luas oleh masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan melakukan serangkaian riset

dengan variabel dan indikator yang belum peneliti lakukan untuk memperkaya hasil analisis mengenai Bank perkreditan rakyat Dana Nusantara.

3. Bagi STIE Bentara Persada. Hasil penelitian di harapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus yang berhubungan dengan pemasaran sebagai bahan acuan untuk peneliti selanjutnya, sehingga STIE Bentara Persada Batam semakin berkualitas dan dapat bersaing lebih unggul.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, & Hermawan, R. (2023). Keputusan Nasabah Menabung di PT BPR LPN Tarantang Dharmasraya. *Jurnal Economina*, 2(3)
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1). <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188>.
- Anbiya, J. S., & Renny. (2020). Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan Inti dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Pinjaman Bank BRI Oleh Karyawan PDAM Cabang Bekasi. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 12(2), <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v12i2.2085>
- Gitleman, L., & Kleberger, J. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Paper Knowledge. Toward A Media History Of Documents*.
- Imelda, S., & Huwaida, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Kcp Kayu Tangi Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2), <https://doi.org/10.31961/intekna.v19i2>.
- Muthia Anggraeni. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 59–64. <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.825>
- Nafiah, N., & Nugraha Pratama, A. A. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Godean 3 dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Transformatif*, 5(2), <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.3182>
- Nur, H. (2022). Manajemen Pemasaran Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Bandar Lampung Kecamatan Tanjung Karang Timur Kota Bandar <http://repository.radenintan.ac.id/18206/>
- Zahra, S. (2022). Berpikir Kreatif Dan Menerapkan Manajemen Pemasaran Bank Syariah.
- Ramadhani, H. M., Rahmi, M., & Fathoni, M. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(1)
- Sari, R. R., Marnisah, L., & Zamzam, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 (Studi Kasus Di Pt. Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 2(2), <https://doi.org/10.35908/ijmpro.v2i2.91>
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249>.