

ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN PERSONALIA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) DI WILAYAH KABUPATEN MADIUN

Dhiyan Septa Wihara

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Rilla Izzatul Haqqi

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstract

This research have a purpose (1) to analyze the influence of Diferetiation product strategy depend on customers satisfaction BPR "Rural Bank" in madiun regency (2) to analyze the influence of Diferentiation employee strategy depend on customers satisfaction BPR "Rural Bank" in madiun regency(3) to analyze the influence of diferentiation product strategy and diferentiation employee strategy depend on the customers satisfaction BPR"Rural Bank" in Madiun regency.(4)to analyze dominant variabel most influence depend on customers satisfaction BPR "Rural bank" in madiun regency. The kind of this research is explanatory research with quantitative approach. The sample of this research is customers of BPR"Rural Bank" in Madiun regency number in 100 customers with sampling technique using Quota sampling. The data collected using quistionary. The data that the researcher get to be analyze using multiple regresion analyze, Simultaneous (F-test) and Partial(t-test). The result on the research show that the diferentiation product strategy and diferentiation employee strategy in simultaneous give significant influence depend on customers satisfaction BPR"Rural Bank" in madiun regency with significant score 0,000 ($p < 0.05$). This score show that the diferentiation product strategy in partial does not giving significant influence depend on the customers satisfaction BPR"Rural bank" in madiun regency. The t-test show the score 0,286 on the other hand. At the same time diferentiation employee strategy in partial giving significant influence depend on customers satisfaction BPR"Rural bank" in Madiun city, show the score with score significant t-test 0,001.Diferentiation employee strategy is dominant variabel to influence customers satisfaction BPR "Rural bank" in madiun regency.

Key Words : Diferentiation product strategy, Diferentiation employee strategy, Customers satisfaction, BPR "Rural bank"

PENDAHULUAN

Persaingan di industri perbankan saat ini semakin ketat, bank yang memiliki aset besar secara otomatis akan memperluas pangsa pasarnya melalui pendirian kantor cabang baru. Hal ini dilakukan dengan dalih peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah. Kondisi semacam ini tentunya akan mendesak bank-bank yang skalanya lebih kecil harus mencari segmen dan wilayah baru untuk dilayani agar tidak bersaing secara langsung dengan bank yang lebih besar. namun cara seperti itu sebenarnya tidak efektif karena tidak menutup kemungkinan bank dengan skala besar juga akan terus memperluas pangsa pasarnya, jadi mau tidak mau bank yang berskala kecil harus bersaing langsung dengan bank yang berskala besar .

Fenomena diatas umumnya dialami bank umum dengan Bank Perkreditan Rakyat. Kedua bank ini sebenarnya sudah memiliki segmen nasabah masing masing, dimana menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 menyatakan bahwa segmen nasabah yang dilayani oleh bank umum adalah menengah keatas meliputi pengusaha dan korporasi sedangkan Bank Perkreditan Rakyat melayani pada segmen Pedagang, Petani dan Usaha kecil mikro lainnya. Namun yang terjadi Bank umum juga melayani segmen nasabah yang sebenarnya jatahnya BPR, hal ini dilakukan mungkin karena pangsa pasar yang dimiliki BPR sangat luas dan prospektif. Tentu hal ini sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup Bannk Perkreditan Rakyat (BPR) karena mereka harus bersaing dengan kondisi yang tidak seimbang dimana bank umum memiliki produk yang luas, murah dan ditunjang

teknologi yang modern sedangkan BPR jumlah produknya sempit dan relatif mahal.

Bank perkreditan rakyat (BPR) harus mencari cara lain untuk bersaing dengan bank umum agar keberlangsungan usahanya tetap terjaga. Mereka harus memiliki strategi bersaing yang tepat dan relevan jika diterapkan. Menurut Michael E Porter (2008:16) strategi bersaing adalah kombinasi antara akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kekuatan) dimana perusahaan berusaha sampai kesana. Dari pengertian ini maka BPR harus memiliki satu keunggulan yang bisa menjadi daya tarik sekaligus pembeda dengan bank-bank umum. Keunggulan tersebut bisa berasal dari produk yang diminati oleh nasabah, oleh karenanya BPR perlu menciptakan produk yang berdaya saing agar terwujud kepuasan nasabah. Pratama (2015) dalam penelitiannya yang menyimpulkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa perbankan syariah mandiri kota Semarang.

Hal lain yang bisa diwatakan BPR dalam bersaing dengan bank umum yaitu dari faktor personalnya, Dalam perusahaan jasa unsur *people* ini bukan hanya memainkan peran penting dalam bidang produksi atau operasional saja, tetap juga dalam melakukan kontak langsung dengan konsumen. Sikap, perilaku, kerapihan, keramahan, keterampilan dan kesopanan dan kepedulian serta sikap tanggap petugas yang berkontak langsung dengan konsumen sangat mempengaruhi kualitas jasa dan image perusahaan yang bersangkutan. Triska et all (2014) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel orang (*people*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah riau pesisir.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di wilayah kabupaten madiun berjumlah lima diantaranya BPR Kabupaten Madiun, BPR Arta Kencana, BPR Polatama, BPR Sapadhana dan BPR Caruban Indah. Jika dilihat dari jumlah kantornya cukup banyak yang berarti dalam bersaing dengan bank umum sebenarnya BPR di wilayah kabupaten madiun ini memiliki strategi bersaing tersendiri. Strategi bersaing yang diterapkan tentunya tidak langsung bersinggungan dengan bank umum karena BPR menyadari bahwa segmen nasabah yang dilayani juga berbeda. Yang dilakukan BPR saat ini adalah menerapkan strategi tersebut secara

konsisten agar mampu bersaing dengan bank umum dan kelangsungan usahanya tetap terjaga dengan baik.

Berdasarkan uraian diatas setidaknya ada 2 (dua) faktor penting yang bisa mempengaruhi kepuasan nasabah pada BPR. Dua hal diatas diantaranya penerapan pada strategi deiferensiasi produk dan personal (karyawan). Namun harus dicari variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang nantinya bisa dijadikan strategi utama yang digunakan BPR dalam bersaing dengan bank umum. Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, maka peneliti dapat merumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten madiun.
2. Bagaimana pengaruh strategi diferensiasi personal terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten Madiun.
3. Bagaimana pengaruh strategi diferensiasi produk dan personal terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten Madiun.
4. Manakah variabel dominan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah Kabupaten Madiun.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten Madiun.
2. Menganalisis pengaruh strategi diferensiasi personal terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah Kabupaten Madiun.

3. Menganalisis pengaruh strategi diferensiasi produk dan personal terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten Madiun.
4. Menganalisis variabel yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten madiun

C. Rekomendasi

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan oleh BPR di wilayah Kabupaten Madiun dalam menerapkan strategi untuk bersaing dengan bank-bank umum disekitarnya.

E. Kerangka Berfikir

Setiap perusahaan harus memiliki strategi bersaing untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya, tidak terkecuali perbankan. Bank merupakan lembaga keuangan yang berbasis kepercayaan dari konsumen atau nasabahnya. Sebagai lembaga keuangan yang terpercaya setiap bank tentu harus memiliki strategi bersaing tersendiri untuk bersaing dengan bank-bank lainnya. Undang-undang perbankan no 10 tahun 1998 dengan jelas mengkategorikan secara umum bank terbagi menjadi dua yaitu bank umum dan BPR, dimana kedua bank ini memiliki segmen nasabah masing-masing untuk dilayani.

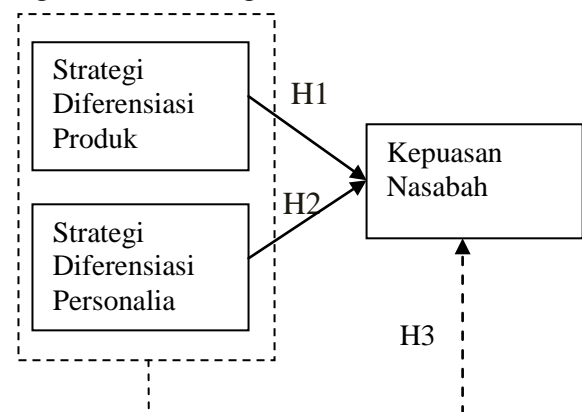
Ketatnya persaingan membuat masing-masing bank tersebut saling berebut nasabah untuk memperluas pangsa pasar mereka. Dalam kondisi yang normal tentu persaingan ini kemungkinan dimenangkan oleh bank umum dikarenakan produk bank umum yang luas dan kompetitif serta ditunjang teknologi yang modern. Namun jumlah BPR saat ini juga tidak mengalami penurunan malah beberapa BPR ada yang memperluas pangsa pasarnya dengan mendirikan kantor cabang serta kantor kas baru. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam menghadapi persaingan dengan bank umum, BPR memiliki strategi tersendiri agar mereka tetap bertahan didalam persaingan yang ketat ini.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di wilayah kabupaten madiun jumlahnya lima yaitu BPR Kabupaten Madiun, BPR Arta Kencana, BPR Polatama, BPR Sapadhana dan BPR Caruban Indah. Mereka harus bersaing

dengan bank umum yang jumlahnya pun juga sama banyaknya. Sebigian besar nasabah BPR adalah pedagang dan petani oleh karenanya produuk yang ditawarkan harus menyesuaikan dengan kondisi nasabah. Disisi lain setiap BPR melakukan pendekatan yang baik dengan nasabah, membangun hubungan kekeluargaan agar nasabah tidak canggung dalam berinteraksi dengan karyawan. Kemampuan ini yang selalu ditekankan kepada setiap karyawan BPR.

F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini di gambarkan sebagai berikut :



D. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan oleh peneliti sebagai berikut:

- H1 = Diduga Strategi diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten madiun.
- H3 = Diduga strategi diferensiasi personalia berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten Madiun.
- H3 = Diduga Strategi diferensiasi produk dan Personalia secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten Madiun.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan sifat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:8).

B. Definisi Operasional

1. Strategi diferensiasi Produk (X1)

Strategi perusahaan untuk menciptakan adanya perbedaan pada produknya dibandingkan dengan produk pesaing (Pratama,2015).dalam penelitian ini meliputi :

- a. Manfaat : produk di bank BPR memiliki manfaat bagi nasabah
- b. Kelebihan : produk di bank BPR memiliki kelebihan dibandingkan dengan bank umum
- c. Belum pernah ada : kemampuan BPR dalam menciptakan produk baru yang sesuai dengan selera nasabah

2. Strategi diferensiasi Personalia (X2)

Kemampuan karyawan dalam menampilkan kualitas pelayanan yang prima dan menjadi point utama dalam diferensiasi pelayanan dikonsumsi (Kotler & Keller, 2007). Dalam penelitian ini meliputi:

- a. Kemampuan : karyawan BPR memiliki pengetahuan yang diperlukan
- b. Kesopanan : karyawan BPR bersikap ramah dan penuh perhatian
- c. Kredibilitas : karyawan BPR dapat dipercaya
- d. Dapat diandalkan : memberi pelayanan yang konsisten dan akurat

e. Cepat tanggap : cepat menanggapi permintaan dan permasalahan nasabah

f. Komunikasi: berusaha memahami nasabah dengan berkomunikasi secara jelas

3. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller,2009:138). adalah sebagai berikut :

- a. Membeli lagi.
- b. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.
- c. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
- d. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
- e. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012:119) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini popolasinya adalah seluruh nasabah BPR di wilayah kabupaten madiun Untuk menentukan jumlah sampel dicari menggunakan rumus sebagai berikut (widiyanto: 2008).

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel
 Z = Z tabel dengan signifikan tertentu
 moe = margin of error

Dalam penelitian ini tingkat kesalahan ditetapkan sebesar 10% dan nilai Z sebesar 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%, maka jumlah sampel adalah:

Maka:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 Nasabah. Untuk mengantisipasi kuisisioner yang tidak dapat digunakan dalam penelitian data yang dihasilkan tidak dapat diolah maka sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 Nasabah. Karena jumlah BPR di wilayah kabupaten madiun ada 5 maka teknik sampling yang digunakan adalah *Quota Sampling* yaitu mengklasifikasikan sampel menjadi beberapa kelompok (Margono,2004:127) sehingga hasilnya sebagai berikut.

No	Nama BPR	Jumlah Responden
1	BPR Kabupaten Madiun	20 nasabah
2	BPR Arta Kencana	20 nasabah
3	BPR Polatama Kusuma	20 nasabah
4	BPR Sapadhana	20 nasabah
5	BPR Caruban Indah	20 nasabah

D. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji

Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat valid atau kesahihan suatu instrument. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat korelasi *Product Moment Pearson* dengan SPSS. Adapun nilai kritisnya adalah pada tingkat signifikan >0.05 Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis maka alat ukur tersebut dikatakan valid atau jika r hitung $> r$ table, sebaliknya dinyatakan tidak valid jika r hitung $< r$ table. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi *product moment person* dengan SPSS versi 24.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

Varia bel	Item	r hitung	r table a=5%	Ketera ngan
X ₁	1	0,752	0,197	Valid
	2	0,700	0,197	Valid
	3	0,805	0,197	Valid
X ₂	1	0,683	0,197	Valid
	2	0,700	0,197	Valid
	3	0,634	0,197	Valid
	4	0,657	0,197	Valid
	5	0,653	0,197	Valid
	6	0,580	0,197	Valid
Y	1	0,703	0,197	Valid
	2	0,702	0,197	Valid
	3	0,641	0,197	Valid
	4	0,665	0,197	Valid
	5	0,708	0,197	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Pengujian validitas instrumen sebagaimana pada tabel di atas, dengan r tabel pada tingkat signifikan 5% dan n= 100 maka didapatkan r tabel sebesar 0,197 menunjukkan bahwa keseluruhan item adalah valid, dimana terbukti r hitung lebih besar dari pada r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas instrument dilakukan dengan bantuan SPSS menggunakan Cronbach 'alpha. Sedangkan yang digunakan adalah apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dikatakan semua butir dalam instrumen adalah realible. Menurut Ghazali (2005:42), "alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar r tabel". Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Kritis
Strategi Diferensiasi Produk	0,617	0,60
Strategi Diferensiasi Personalia	0,728	0,60

Kepuasan Nasabah	0,711	0.60
------------------	-------	------

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan perhitungan diperoleh keseluruhan data item untuk variabel Strategi Diferensiasi Produk (x_1) = 0,617. variabel strategi diferensiasi personalia (x_2) = 0,728 dan Kepuasan nasabah (y) = 0,711 terbukti lebih besar daripada alpha kritis yaitu 0,60.

E. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS 24.00 for windows sebagai berikut.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mendeteksi apakah distribusi data pada variabel bebas dan variabel terikatnya bersifat normal. Model regresi yang baik adalah jika memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Untuk menguji normalitas data tersebut dapat diketahui dari tampilan normal *probability plot*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2011:105), uji ini digunakan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel independen (bebas) pada model regresi. Dan model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan uji *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Nilai VIF di atas 10 dan nilai Tolerance di bawah 0,1 menunjukkan adanya multikolinieritas.
2. Nilai VIF di bawah 10 dan nilai Tolerance di atas 0,1 tidak menunjukkan adanya multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011:139), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik *scatterplots* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisa data menggunakan Regresi Linier Berganda. Regresi linear berganda merupakan model yang akan menjelaskan pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2010:2). Bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana simbol

- Y = Kepuasan Nasabah
- a = Konstanta
- x_1 = Strategi Diferensiasi Produk
- x_2 = Strategi Diferensiasi Personalia
- b_1b_2 = Koefisien regresi

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama mempunyai berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Tingkat signifikansi menggunakan R tabel = 5% atau 0,05 (Priyatno, 2008: 82).

Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig sebagai berikut :

1. Probabilitas < 0,05 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama

variabel bebas terhadap variabel terikat dan model regresi bisa dipakai untuk memprediksi variabel terikat.

2. Nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (*significance*) sebagai berikut :

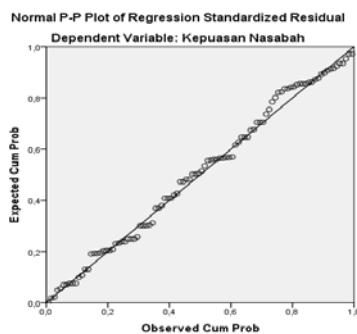
1. Apabila probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut



Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta memiliki arah yang mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah BPR diwilayah kabupaten Madiun.

2. Uji Multikolinieritas

hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Skor_total_x1	1,000	1,000

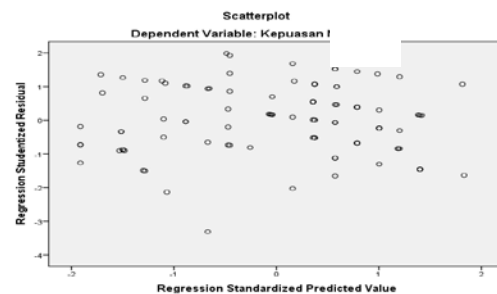
	Skor_total_x2	1,000	1,000
--	---------------	-------	-------

(Sumber : Data primer diolah, 2017)

Dari tabel tersebut dapat dibuktikan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan nilai tolerance untuk kedua variabel bebas lebih dari $> 0,1$. Sementara perhitungan nilai VIF menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai kurang dari < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Bersarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS for Windows versi 24.0 maka dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang strategi diferensiasi produk dan personalia tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap kepuasan nasabah.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui pengaruh Strategi Diferensiasi Produk (x1) dan Strategi Diferensiasi Personalia (x2) terhadap Kepuasan Nasabah (y) sebagaimana pada tabel di bawah ini:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	
1	(Constant)	12,112	2,832	Beta

X1	,154	,144	,102
X2	,297	,083	,341

(Sumber: Hasil olah SPSS, 2017)

Berdasarkan hasil analisa diatas, maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 12,112 + 0,154 + 0,297 + e$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

a. Konstanta = 12,112

Jika variabel Strategi Diferensiasi Produk (X_1) dan Strategi Diferensiasi Personalialia (X_2)=0, maka Kepuasan Nasabah(Y) memiliki nilai sebesar 12,112.

b. Koefisien $X_1 = + 0,154$

Setiap penambahan 1 satuan pada variabel Strategi Diferensiasi Produk (X_1) dengan asumsi Strategi Diferensiasi Personalialia (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan menurunkan Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,154.

c. Koefisien $X_2 = + 0,297$

Setiap penambahan 1 satuan pada variabel Strategi Diferensiasi Personalialia (X_2) dengan asumsi variabel Strategi Diferensiasi Produk (X_1) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,297.

5. Koefisien determinasi (R^2)

Berikut hasil koefisien determinasi dari kedua variabel bebas, yaitu adalah lingkungan kerja fisik dan disiplin kerja

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,356 ^a	,127	,109	1,898

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,127 dengan demikian menunjukkan bahwa Strategi Diferensiasi Produk dan Personalialia dapat menjelaskan Kepuasan Nasabah sebesar 12,7% dan sisanya yaitu 87,3% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

6. Hasil pengujian secara parsial (Uji t)

Berikut hasil pengujian secara parsial menggunakan uji t yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5%.

Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	12,112	2,832	4,227	0,000
	X1	,154	,144	1,074	,286
	X2	,297	,083	3,597	,001

a.dependent variable : Kinerja Karyawan

(Sumber : Hasil olah SPSS, 2017)

a. Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS diperoleh nilai signifikan variabel Lingkungan kerja fisik adalah 0,286. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel Strategi Diferensiasi Produk $> 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil dari pengujian parsial ini adalah Strategi Diferensiasi Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah BPR diwilayah Kabupaten Madiun. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian Pratama (2015) yang menemukan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Perbankan Syariah Mandiri kota Semarang.

b. Pengaruh Strategi Diferensiasi Personalialia terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS diperoleh nilai signifikan variabel Disiplin kerja adalah 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel Strategi Diferensiasi Personalialia $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian parsial ini adalah Strategi Diferensiasi Personalialia secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BPR diwilayah Kabupaten Madiun. Hal ini sejalan dengan penelitian Triska *et, all* (2014) yang menemukan bahwa semakin baik variabel people maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah BPR diwilayah riau pesisir, people lebih baik diarahkan untuk membangun *emotional bonding* dengan debitur.

7. Hasil pengujian secara simultan (Uji F)

Berikut hasil pengujian secara parsial menggunakan uji F yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5%.

Model		F	Sig.
1	Regress ion	7,057	,001 ^b
	Residua		
	Total		

(Sumber : Hasil olah SPSS, 2017)

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS *for windows* versi 24.00 diperoleh nilai signifikan adalah 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel Strategi Diferensiasi Produk dan Personalialia < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah Strategi Diferensiasi Produk dan Strategi Diferensiasi Personalialia secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BPR di wilayah Kabupaten Madiun.

8. Variabel Dominan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa variabel Strategi diferensiasi personalialia memiliki nilai t tertinggi yakni 3,597 dengan tingkat signifikansi 0,001. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel dominan yang mempengaruhi kepuasan nasabah BPR di wilayah Kabupaten Madiun adalah Strategi Diferensiasi Personalialia.

KESIMPULAN

1. Variabel Strategi Diferensiasi Produk (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR di wilayah kabupaten Madiun. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi uji t sebesar 0,286 atau > 0,05. Sedangkan variabel Strategi Diferensiasi Personalialia (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BPR di wilayah kabupaten Madiun, hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi uji t sebesar 0,001 atau < 0,05.

2. Variabel Strategi Diferensiasi Produk (X1) dan Strategi Diferensiasi Personalialia (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BPR di Wilayah Kabupaten Madiun, hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau dibawah 0,05.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagi BPR di wilayah kabupaten Madiun

Mengingat persaingan perbankan begitu ketat, hendaknya setiap karyawan memiliki kompetensi dan kapabilitas yang baik dalam melakukan pendekatan ke nasabah. Memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah disetiap saat secara konsisten. Pimpinan perlu mengevaluasi kompetensi karyawan secara berkala agar karyawan selalu memiliki komitmen terhadap hal tersebut.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan akan mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan nasabah yang dikaitkan dengan strategi BPR dengan menambah beberapa variabel sesuai dengan kondisi persaingan yang terjadi di lokasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi, Priyatno 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta, Mediakom.
- Ferdinand, Agustus, 2003. *Sustainable Competitive Advantage: sebuah eksplorasi model konseptual*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Margono, Drs. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane 2007. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1* alih bahasa

oleh benyamin molan, Edisi 12. Jakarta:PT.
Indeks

Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane 2009.
Manajemen Pemasaran. Jilid 2 Edisi ke-13
Terjemahan Bob Sabran,MM. Jakarta :
Penerbit Erlangga

Porter, Michale E. 2008. *Strategi bersaing
(competitive Advantage)*, Tangerang:
Kharisma Publishing Group

Pratama, Harri Ramdhani dan Djastuti Indi. 2015.
*Analisis pengaruh diferensiasi Produk,
kualitas pelayanan dan citra merek
terhadap keputusan konsumen
menggunakan jasa perbankan syariah
mandiri kota semarang.* Jurnal studi
manajemen&Organisasi Hal 90-99. Undip
Semarang

Sugiyanto, Catur. 2007. Jurnal Ekonomi
Pembangunan Vol 8, No 2 Hal:113

Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif
kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Triska Lena Henny, Zulkarnain, Sulistyowati
Lilis. 2014. *Pengaruh bauran pemasaran
jasa bank terhadap kepuasan dan
implikasinya terhadap loyalitas debitur
BPR diwilayah riau pesisir.* Jurnal Tepak
Manajemen Bisnis Vol VI No2. Mei 2014.

Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi
Penelitian.* BP Undip, Semarang