

**PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(STUDI PADA BANK BCA KCP S.PARMAN KOTA PADANG)**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**SEPRI KENCANA  
1610011211055**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen*

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(STUDI PADA BANK BCA KCP S.PARMAN KOTA PADANG)**

Oleh


Nama : Sepri Kencana  
NPM : 1610011211055

Tim Penguji


Ketua

  
(Zeshasina Rosha, S.E., M.Si)

Sekretaris

  
(Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D)

Anggota

  
(Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
pada tanggal 22 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta  
Dekan

  
(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(STUDI PADA BANK BCA KCP S.PARMAN KOTA PADANG)**

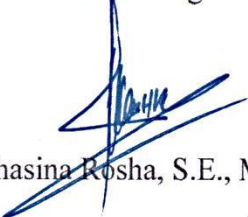
Oleh

Nama : Sepri Kencana  
NPM : 1610011211055


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 22 Agustus 2023

Menyetujui

Pembimbing

  
(Zeshasina Roshana, S.E., M.Si)

Ketua Program Studi

  
(Lindawati, S.E., M.Si)

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 22 Agustus 2023



Sepri Kencana

**THE EFFECT OF PRODUCT DIFFERENCE STRATEGY AND SERVICE  
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION  
(STUDY AT BANK BCA PADANG)**

**Sepri Kencana<sup>1</sup>, Zeshasina Rosha, SE, M.Sc<sup>2</sup>**

Student<sup>1</sup> and Lecturers in Management Department<sup>2</sup>

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas  
Bung Hatta

E-mail: [seprikencana@gmail.com](mailto:seprikencana@gmail.com), [zeshasina.roscha@bunghatta.ac.id](mailto:zeshasina.roscha@bunghatta.ac.id)

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of product differentiation and service quality on customer satisfaction. This study uses data collection methods by distributing questionnaires. The population and sample used in this study are customers of Bank BCA Padang, totaling 60 respondents. The data analysis method in this study is PLS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including: *Measurement Model Assessment*, *Descriptive Analysis*, *R Square and Q Square*, *Structural Model Assessment*. Based on the research analysis that has been done, it shows that product differentiation has a positive effect on customer satisfaction and service quality has a positive effect on customer satisfaction at Bank BCA Padang.

**Keywords: Product Differentiation Strategy, Service Quality, Customer Satisfaction**

**PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(STUDI PADA BANK BCA PADANG)**

**Sepri Kencana<sup>1</sup>, Zeshasina Rosha, S.E., M.Si<sup>2</sup>**

Mahasiswa<sup>1</sup> dan Dosen Jurusan Manajemen<sup>2</sup>

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: [seprikencana@gmail.com](mailto:seprikencana@gmail.com), [zeshasina.roscha@bunghatta.ac.id](mailto:zeshasina.roscha@bunghatta.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini nasabah Bank BCA Padang yang berjumlah sebanyak 60 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah PLS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi: *Measurement Model Assessment*, *Analisis Deskriptif*, *R Square* dan *Q Square*, *Structural Model Assessment*. Berdasarkan dari analisis penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Padang.

**Kata Kunci: Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BCA Padang". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan dalam pembuatannya, penulis berterima kasih banyak kepada dosen pembimbing ibu Zeshasina Rosha, S.E., M.Si yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta kesabaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu dengan rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Teristimewa penulis hadiahkan satu hal dari perjuangan dalam mencapai ilmu ini, dan orang-orang yang sangat berkontribusi banyak dalam hidup penulis, baik secara kasih sayang, doa, bimbingan, motivasi, dukungan dan masih banyak lagi, yakni kepada keluarga penulis, orang tua dan kakak-kakak penulis, berkat do'a mereka penulis

bisa mendapatkan gelar sarjana ini, semoga persembahan ini dapat memberikan bentuk kebahagiaan lain yang indah.

3. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Ibu Irda, S.E, M.A selaku dosen pembimbing akademik (PA) penulis.
8. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
9. Semua teman-teman penulis yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam bentuk apapun disaat penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kebaikan pada masa yang akan datang.

Padang, 15 Agustus 2023



Sepri Kencana



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
JUDUL SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Konsumen.....	7
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	7
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	8
2.2 Diferensiasi Produk.....	9
2.2.1 Pengertian Diferensiasi Produk.....	9
2.2.2 Manfaat Diferensiasi Produk .....	12
2.3 Kualitas Pelayanan.....	13

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.2 Manfaat Kualitas Pelayanan .....	15
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	15
2.4.1 Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Nasabah .....	15
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah .....	17
2.5 Kerangka Konseptual.....	18

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel .....	20
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	22
3.5.1 Kepuasan Nasabah (Y) .....	22
3.5.2 Diferensiasi Produk ( $X_1$ ).....	22
3.5.3 Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	23
3.6 Pengukuran Instrumen .....	23
3.7 Teknik Analisis Data .....	24
3.7.1 Partial Least Square ( PLS ).....	24
3.7.1.1 <i>Measurement Model Assessment</i> (MMA) .....	24
3.7.1.2 Analisis Deskriptif.....	26
3.7.1.3 <i>R Square</i> dan <i>Q Square</i> .....	27
3.7.1.4 <i>Structural Model Assesment</i> (SMA) .....	28

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Peneltian .....	29
4.1.1 Response Rate .....	29
4.1.2 Profil Responden .....	30
4.1.2.1 Indentitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.1.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	30
4.1.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	32
4.1.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ....	33
4.1.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan ..	34
4.1.3 <i>Measurement Model Assessment</i> .....	35
4.1.3.1 <i>Convergent Validity</i> .....	35
4.1.3.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	39
4.1.4 Analisis Dekskriptif Variabel .....	41
4.1.4.1 Diferensiasi Produk .....	41
4.1.4.2 Kualitas Layanan .....	42
4.1.4.3 Kepuasan Nasabah .....	44
4.1.5 <i>R square dan Q square</i> .....	46
4.1.6 <i>Structural Model Assesment</i> .....	46
4.2 Pembahasan .....	48
4.2.1 Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah .....	48
4.2.2 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	50

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....52

5.2 Saran.....52

**DAFTAR PUSTAKA.....53**

**LAMPIRAN .....57**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen.....	24
Tabel 3.2 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR) .....	27
Tabel 3.3 <i>R Square</i> dan <i>Q square</i> .....	28
Tabel 4.1 Response Rate .....	29
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	31
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	32
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	33
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	34
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>Covergent Validity</i> .....	37
Tabel 4.8 <i>Fornel-Larcker Criterion</i> .....	39
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i> .....	40
Tabel 4.10 Statistik Variabel Diferensiasi Produk .....	41
Tabel 4.11 Statistik Variabel Kualitas Pelayanan .....	43
Tabel 4.12 Statistik Variabel Kepuasan Nasabah.....	45
Tabel 4.13 <i>R square</i> dan <i>Q square</i> .....	46
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Tampilan PLS hasil Algorithm.....	38
Gambar 4.2 <i>Structural Model Assessment</i> .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner Penelitian .....	57
Lampiran II. Tabulasi Data .....	61
Lampiran III. Response Rate dan Profil Responden.....	65
Lampiran IV. <i>Measuement Model Assesment (MMA)</i> .....	67
Lampiran V. Analisis Dekskriptif .....	70
Lampiran VI. <i>R square dan Q square</i> .....	73
Lampiran VII. <i>Structural Model Assesment (SMA)</i> .....	74

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bank merupakan salah satu urat nadi perekonomian sebuah Negara, tanpa adanya bank bisa dibayangkan sulitnya menerima dan mengirimkan uang. Sesuai UU Perbankan nomor 10 tahun 1998 bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan memiliki tiga kegiatan yaitu menghimpun dana dari masyarakat berbentuk simpanan (giro, tabungan dan deposito), menyalurkan dana dalam bentuk kredit dan memberikan jasa bank lainnya (hanya jasa pendukung).

Pada era globalisasi sekarang ini, perkembangan industri keuangan atau perbankan di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh pihak bank. Masing-masing bank berusaha untuk menarik nasabah dengan meningkatkan kualitas dari segi pelayanan, produk, hadiah, bunga sampai dengan teknologi yang terus berkembang, dengan tujuan untuk memberikan kepuasan bagi para nasabah. Menurut Setiadi (2003:16) konsumen yang puas akan terus melakukan pembelian, dan konsumen yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk yang bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut kepada orang lain.

Menurut Suhardi (2006), perkembangan perbankan di Indonesia saat ini lebih fokus melayani perseorangan dari pada melayani perusahaan. Bank yang melayani perseorangan akan lebih mampu bertahan dari pada bank yang melayani perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan



adanya persaingan yang melibatkan berbagai bank seperti Bank Central Asia (BCA), BRI, Mandiri, BNI, BTN dan bank-bank lainnya.

Sejak berdiri pada tahun 1957, banyak hal yang telah dilalui oleh Bank Central Asia (BCA). Akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 juga membawa dampak yang luar biasa pada keseluruhan sistem perbankan di Indonesia, khususnya juga di BCA. Tahun 1998 Badan Penyelamat Perbankan Nasional (BPPN) mengambil alih BCA, namun berkat kebijaksanaan yang diambil oleh BCA, di tahun yang sama BCA kembali pulih, sehingga BCA diserahkan BPPN ke Bank Indonesia pada tahun 2000, selanjutnya BCA mengambil langkah besar menjadi perusahaan publik. Penawaran saham perdana berlangsung pada tahun 2000 (Bank Central Asia Sejarah, 2014).

Saat ini, BCA merupakan bank swasta yang semakin berkembang di Indonesia. Hal ini merupakan hasil kerjasama dan dukungan karyawan serta dukungan penuh para nasabah. Komitmen BCA “senantiasa di sisi anda”, menjaga kepercayaan dan harapan nasabah serta *stakeholder* dapat terlihat dari kemudahan dan kenyamanan bertransaksi yang didukung dengan kekuatan jaringan antar cabang, luasnya jaringan ATM, dan jaringan perbankan elektronik lainnya. BCA dengan beragam produk dan layanan, juga mendukung solusi finansial untuk setiap jenis usaha yang dimiliki para nasabah, baik bisnis berskala kecil, menengah, maupun berskala besar. BCA sebagai perusahaan jasa keuangan harus berupaya dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepercayaan dan komitmen pelanggan (About BCA Senantiasa di Sisi Anda, 2014).

BCA sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, memiliki nasabah yang besar dari berbagai lapisan masyarakat untuk dilayani, karena itu kepuasan nasabah adalah prioritas yang utama. Keberhasilan BCA dalam menjaga kepuasan nasabahnya dibuktikan dengan meraih

penghargaan *The 15th Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) 2013*. Lima penghargaan peringkat pertama diberikan kepada BCA pada kategori produk tabungan, produk deposito, *mobile banking (m-BCA)*, *internet banking (klik BCA)* dan kategori kartu kredit BCA. Penghargaan ini diberikan oleh majalah SWA bekerjasama dengan Frontiner Marketing Research (Pelanggan Puas 5 Award Direbut, 2013).

Tjiptono (2005) menyatakan, pada dasarnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Terjadinya kepuasan pelanggan membawa manfaat seperti hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, memberikan alasan yang baik untuk pembelian kembali, dan menciptakan loyalitas pelanggan dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan (Barnes, 2003:64-65). Hal itu menunjukkan bahwa terpenuhinya kebutuhan menciptakan suatu kenyamanan dan kenyamanan adalah kepuasan. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang didapatkan, besar kemungkinan pelanggan akan kembali lagi dan akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya.

Kotler, (2005:2), mengemukakan bahwa diferensiasi produk yaitu penawaran produk perusahaan yang memiliki sesuatu yang lebih baik, lebih cepat dan lebih murah yang akan menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen dibandingkan produk pesaing. Kotler, (2005:328), juga menjelaskan diferensiasi merupakan tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing. Menurut hasil penelitian Putri dan Iin (2021) menemukan bahwa variabel diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan menurut Kotler, (2000:25), adalah totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Menurut penelitian Solichin (2019) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Taweh.

Sehingga didapatkan kesimpulan awal bahwa Keunggulan Bersaing Bank BCA di Kota Padang dipengaruhi oleh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah yang dirasakan oleh Nasabah Bank BCA itu sendiri. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK CENTRAL ASIA (BCA), TBK KCP S. PARMAN KOTA PADANG”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan uraian rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dapat bermanfaat bagi:

1. **Bagi Perusahaan**

Dari hasil penelitian ini, bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh bank yang bersangkutan dalam memberikan layanan jasa demi tercapainya tujuan perusahaan.

2. **Peneliti selanjutnya**

Hasil dari penelitian dapat memberikan tambahan informasi dan mengetahui pengetahuan tentang keunggulan bersaing. Dan dapat berguna bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi dan perbandingan penelitian.

3. **Bagi Akademis**

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing.