

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kualitas Produk

2.1.1.1 Konsep Kualitas Produk dalam Layanan Perbankan

Kualitas produk dalam konteks perbankan merupakan konstruksi multidimensi yang mencangkup aspek teknis dan persepsi nasabah. Menurut studi pada produk perbankan meliputi : kinerja produk (*performance*), fitur tambahan (*features*), kehandalan dan daya tahan (*reliability and durability*), kemudahan layanan (*serviceability*), karakteristik sensorik (*sensory characteristics*), serta etika dan citra (*ethical profile and image*). Pada produk kredit, dimensi seperti penampilan, daya tarik, dan corak produk menjadi dominan dalam memengaruhi kepuasan, sementara untuk Tabungan, faktor etika dan citra institusi lebih berpengaruh. Temuan ini menunjukan bahwa prioritas nasabah bervariasi tergantung jenis produk.

Kualitas produk Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia umumnya diukur menggunakan dimensi kualitas produk menggunakan teori menurut Tjiptono (2008) menyebutkan bahwa terdapat tujuh dimensi utama kualitas produk, yaitu:

a. Kinerja

Karakteristik operasi dasar produk, kemungkinan produk menjalankan fungsi utamanya.

b. *Durability* (Daya Tahan)

Kemungkinan lama produk digunakan sebelum harus diganti

c. *Conformance* (Kesesuaian)

Tingkat kesesuaian produk dengan spesifik atau standar yang ditetapkan

d. Fitur

Karakteristik tambahan atau fitur pelengkap yang meningkatkan daya tarik produk

e. *Reliability* (Keandalan)

Kemungkinan produk dapat berfungsi dengan baik dalam jangka waktu tertentu.

f. Estetika

Penampilan, bentuk, dan daya tarik produk di mata konsumen.

g. Kualitas yang dirasakan

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk secara keseluruhan

2.1.1.2 Indikator dan Dimensi Kualitas Produk KUR BRI

Kualitas produk Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia umumnya diukur menggunakan dimensi kualitas produk menggunakan teori menurut Tjiptono (2008) menyebutkan bahwa terdapat tujuh dimensi utama kualitas produk, yaitu :

a. Kinerja

Karakteristik operasi dasar produk, kemungkinan produk menjalankan fungsi utamanya.

b. *Durability* (Daya Tahan)

Kemungkinan lama produk digunakan sebelum harus diganti

c. *Conformance* (Kesesuaian)

Tingkat kesesuaian produk dengan spesifik atau standar yang ditetapkan

d. Fitur

Karakteristik tambahan atau fitur pelengkap yang meningkatkan daya tarik produk

e. *Reliability* (Keandalan)

Kemungkinan produk dapat berfungsi dengan baik dalam jangka waktu tertentu.

f. Estetika

Penampilan, bentuk, dan daya tarik produk di mata konsumen.

g. Kualitas yang dirasakan

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk secara keseluruhan

2.1.2 Kepuasan Nasabah

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi nasabah terhadap kualitas produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang di terima. Dalam konteks penelitian ini, kepuasan nasabah kredit usaha rakyat Bank Rakyat Indonesia di ukur berdasarkan kemampuan produk kredit usaha rakyat untuk memenuhi kebutuhan usaha mikro nasabah, baik dari aspek kemudahan akses, tingkat suku bunga, produser administrasi, maupun dampak ekonomi yang dihasilkan. Di Bank Rakyat Indonesia kantor unit Manonjaya Kab. Tasikmalaya, kepuasan nasabah KUR merupakan Faktor kunci yang menghubungkan kualitas produk dengan peningkatan kemampuan usaha. Kepuasan ini tidak hanya dinilai dari aspek layanan, tetapi juga dari dampak nyata kredit usaha rakyat terhadap pertumbuhan UMKM lokal.

2.1.2.2 Indikator dan Dimensi Kepuasan Nasabah KUR BRI

Menurut penelitian oleh Sari (2023) dalam skripsi berjudul “Pengaruh Kredit Usaha Rakyat terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Nasabah Bank BRI Unit Cilandak”, kepuasan nasabah KUR dipengaruhi oleh kemudahan akses dan kualitas layanan yang diberikan bank, yang secara signifikan meningkatkan pendapatan usaha nasabah (Sari, 2023, hlm. 45-47).

Selain itu, laporan resmi BRI (2025) menyatakan bahwa keberhasilan penyaluran KUR yang didominasi oleh segmen UMKM didukung oleh kualitas produk dan layanan yang terus ditingkatkan, termasuk fleksibilitas tenor dan kemudahan proses pengajuan, yang menjadi faktor utama kepuasan nasabah (BRI, 2025).

Dengan menggunakan indikator dan dimensi tersebut, penelitian dapat mengukur secara komprehensif tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas produk dan layanan perbankan, khususnya pada produk KUR di BRI Unit Manonjaya.

Indikator dan Dimensi Kepuasan Nasabah :

1. Kepuasan terhadap Produk KUR

Indikator:

- Plafon kredit sesuai kebutuhan usaha
- Tenor atau jangka waktu kredit yang fleksibel
- Suku bunga yang kompetitif dan terjangkau
- Proses pencairan dana yang cepat dan mudah

2. Kepuasan terhadap Layanan

Indikator:

- Kemudahan dalam proses pengajuan kredit
- Kecepatan pelayanan petugas bank
- Kejelasan informasi produk dan persyaratan
- Sikap ramah dan profesional petugas

3. Kepuasan terhadap Dampak Ekonomi

Indikator:

- Peningkatan pendapatan usaha setelah menerima KUR
- Kemampuan mengelola keuangan usaha dengan bantuan KUR
- Perkembangan usaha yang signifikan setelah pendanaan

4. Kepuasan terhadap Kepercayaan dan Keamanan

Indikator:

- Rasa aman dalam bertransaksi dengan bank
- Kepercayaan terhadap reputasi dan kredibilitas BRI
- Perlindungan data pribadi dan informasi nasabah.

2.1.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berfokus pada hubungan antara kualitas produk dan kepuasan nasabah di PT.Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya, khususnya pada nasabah Kredit Usaha Rakyat. Kepuasan nasabah merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh bank dalam menyediakan produk dan layanan, karena kepuasan tersebut

mencerminkan sejauh mana produk yang diterima oleh nasabah mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Dalam konteks kredit usaha rakyat bank BRI, kualitas produk menjadi faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk ini mencangkup berbagai aspek, seperti kesesuaian plafon kredit dengan kebutuhan usaha nasabah, kemudahan dan kecepatan proses pengajuan serta pencairan dana, transparansi biaya dan suku bunga uang kompetitif, fleksibilitas tenor pembayaran, serta jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap produk yang di berikan.

Kualitas produk yang baik akan menciptakan persepsi positif di benak nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Nasabah yang merasa puas cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi, seperti menggunakan kembali produk kredit usaha rakyat (KUR), merekomendasikan produk kepada orang lain, dan memiliki hubungan jangka panjang dengan bank. Sebaliknya, apabila kualitas produk tidak memenuhi harapan nasabah, maka kepuasan akan menurun dan berpotensi menyebabkan nasabah beralih ke produk lain atau bisa jadi ke bank lain.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk yang disarankan oleh nasabah, semakin besar pula tingkat kepuasan yang muncul. Oleh karena itu, bank perlu memberikan perhatian khusus terhadap peningkatan kualitas produk, mulai dari penyederhanaan prosedur pengajuan, peningkatan transparansi informasi, hingga pengembangan fitur produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah UMKM di wilayah Manonjaya.

Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menegaskan bahwa kualitas produk merupakan variable kunci yang mempengaruhi kepuasan nasabah KUR BRI di Kantor Unit Manonjaya. Peningkatan kualitas produk tidak hanya akan meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga berkotribusi pada loyalitas dan keberlanjutan hubungan nasabah dengan bank. Oleh karena itu, PT. Bank Rakyat Indonesia perlu terus melakukan evaluasi dan pengembangan produk KUR agar dapat memberikan nilai tambah yang optimal bagi nasabah, sehingga tujuan peningkatan kemampuan dan kesejahteraan nasabah melalui program KUR dapat tercapai secara maksimal.

2.1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian berasal dari kata Hipo dan Tesis. Hipo artinya bawah, dan Tesis artinya jawaban. Jadi, hipotesis penelitian adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian. Hipotesis dilakukan setelah merumuskan masalah dana melakukan penelaahan terhadap teori-teori yang relevan.

Berdasarkan gambaran masalah yang diajukan, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada nasabah KUR di PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya.