



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak

Muhammad Abian Nurdiansyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda

abian.nurdiansyah45@gmail.com

Titiek Tjahja Andari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda

Yulianingsih

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda

Palahudin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda

Alamat: Kampus

Jalan Tol Ciawi No. 1, Ciawi – Bogor, Jawa Barat 16720 (0251) 8240773

C.1810192@unida.ac.id

Abstract. *The aim of the research was to determine consumer responses and the effect of service quality and brand image on customer satisfaction at PT Permodalan Nasional Madani Cibadak Branch simultaneously and individually. The method used in this research is the survey method. The type of research is descriptive and verification. The sample size used in this study was 100 consumers. The data analysis method uses multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and simultaneous and partial hypothesis testing. The results showed that simultaneously and individually service quality and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Permodalan Nasional Madani branch Cibadak.*

Keywords: *Brand Image, Customer Satisfaction, Service Quality.*

Abstrak. Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen serta pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak secara simultan maupun persial. Metode yang dipakai pada riset ini ialah metode survey. Jenis penelitiannya adalah deskriptif dan verifikatif. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 konsumen. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis secara simultan dan persial. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan persial kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak.

Kata kunci: Citra Merek; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen.

LATAR BELAKANG

Perbankan merupakan lembaga yang berperan besar dalam pembangunan nasional. Peran tersebut diwujudkan dalam fungsi bank sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary institution*), yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam

bentuk simpanan dan memberikan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya.

Menurut Surat Keputusan Menteri Republik Indonesia No. 792 Tahun 1990, lembaga keuangan diberikan sebagai badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dana dan menyalurkannya kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Selain membiayai investasi perusahaan lembaga keuangan juga melakukan kegiatan konsumsi dan kegiatan distribusi barang dan jasa.

Menghadapi persaingan yang ketat bank pemerintah dan bank swasta berupaya meningkatkan kualitas layanan dengan cara memenuhi apa yang dibutuhkan dan dianggap penting oleh konsumen, berikut data perkembangan bank umum konvensional indonesia tahun 2018-2021:

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Kantor Bank Konvensional Indonesia Tahun 2018-2021

| No | Bank Umum Konvensional | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------|--|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1 | Bank persero | 17.853 | 17.622 | 17.307 | 18.166 |
| 2 | Bank pembangunan daerah | 4.110 | 4.212 | 4.226 | 5.122 |
| 3 | Bank swasta nasional | 7.739 | 7.352 | 7.144 | 7.193 |
| 4 | Kantor cabang bank asing | 38 | 36 | 36 | 27 |
| 5 | Bank perkreditan/ pembiayaan rakyat konvensional | 6.273 | 5.943 | 5.913 | 5.871 |
| Jumlah | | 36.313 | 35.165 | 34.626 | 36.379 |
| Perkembangan | | | -3.1% | -1.5% | 5% |

Sumber : Badan Pusat Statistika, 2021

Berdasarkan Tabel 1 diatas perkembangan bank umum konvensional di Indonesia pada tahun 2018 berjumlah 36.313 kantor bank. Tahun 2019 mengalami penurunan hingga -3.1% yang berjumlah 35.165 kantor bank. Pada tahun 2020 bank umum konvensional mengalami penurunan -1.5% yang berjumlah 34.626 kantor bank. Pada tahun 2021 bank konvensional indonesia mengalami kenaikan yang pesat yang berjumlah 36.379 kantor bank mengalami perkembangan hingga 5%.

Menurut Tjiptono (2016:146), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu jasa yang muncul setelah membandingkan antara

kinerja (hasil) suatu jasa dengan harapan-harapannya. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya konsumen puas. Tetapi jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka konsumen tidak puas. Adapun faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Tjiptono, (2016:215) diantaranya adalah harga, kualitas pelayanan, citra merek dan biaya kemudahan untuk mendapatkan jasa.

PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak selalu melakukan upaya menarik minat masyarakat Sukabumi dan sekitarnya agar selalu datang menggunakan jasa pinjaman. Selain itu untuk mempertahankan konsumen yang meminjam ke PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak pihak perusahaan berusaha memperbaiki mutu pelayanan yang sudah ada agar menjadi lebih baik sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut. Berikut adalah data target dana pinjaman PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak pada tahun 2020:

Tabel 2 Target dan Realisasi Penyaluran Dana Pinjaman PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak Tahun 2020

| No | Bulan | Dana Pinjaman | | Keterangan Target | |
|----|-----------|-------------------|------------------|-------------------|----------------|
| | Bulan | Target (Rp) | Realisasi (Rp) | Ketercapaian | Keterangan |
| 1 | Januari | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.960.000.000 | 98 % | Tidak tercapai |
| 2 | Februari | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.730.000.000 | 86.5% | Tidak tercapai |
| 3 | Maret | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.520.000.000 | 76% | Tidak tercapai |
| 4 | April | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.380.000.000 | 69% | Tidak tercapai |
| 5 | Mei | Rp. 2.000.000.000 | Rp.2.160.000.000 | 108% | Tercapai |
| 6 | Juni | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.410.000.000 | 70.5% | Tidak tercapai |
| 7 | Juli | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.700.000.000 | 85% | Tidak tercapai |
| 8 | Agustus | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.980.000.000 | 99% | Tidak tercapai |
| 9 | September | Rp. 2.000.000.000 | Rp.2.150.000.000 | 107.5% | Tercapai |
| 10 | Oktober | Rp. 2.000.000.000 | Rp.2.400.000.000 | 120% | Tercapai |
| 11 | November | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.620.000.000 | 81% | Tidak tercapai |
| 12 | Desember | Rp. 2.000.000.000 | Rp.1.020.000.000 | 51% | Tidak tercapai |

| | | | | |
|------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|-----------------------|
| Jumlah | Rp.24.000.000.000 | Rp.21.030.000.000 | | |
| h | | 0 | | |
| Rata-rata | Rp,2.000.000.000 | Rp.1.752.500.000 | 79.5% | Tidak Tercapai |

Sumber : PT. Permodalan Nasional Madani

Berdasarkan Tabel 1.3 hasil wawancara yang menangani dalam bidang keuangan jumlah pendapatan dalam setahun sebesar Rp.21.030.000.000 dengan target pinjaman ditentukan oleh pihak PT. Permodalan Nasional Madani, yaitu sebanyak Rp.24.000.000.000. Rata-rata pendapatan perbulan sebesar Rp.1.752.500.000 dengan target perbulan sebesar Rp.2.000.000.000. Sehingga persentase tingkat ketercapaian target rata-rata sebesar 79.5 %. Namun jika dilihat pada tabel tersebut, dari 12 bulan hanya bulan Mei, September dan Oktober yang mencapai target. Bulan mei menjadi bulan dengan ketercapaian sebesar 108%. Hal ini disebabkan karena memasuki bulan ramadhan dan hari raya idul fitri, konsumen diduga membutuhkan uang atau dana tambahan untuk biaya perayaan atau persiapan lainnya. Ketercapaian tertinggi berikutnya adalah bulan September sebesar 107.5%. Hal ini disebabkan menjadi awal tahun akademik dibanyak negara, diduga orang tua memerlukan biaya tambahan untuk membayar biaya pendidikan anak-anaknya. Seperti biaya sekolah, buku, seragam dan kebutuhan lainnya. Ketercapaian tertinggi selanjutnya adalah bulan oktober sebesar 120%. Hal ini disebabkan karena beberapa pengeluaran yang dapat dipengaruhi seperti membuka usaha baru dan modal usaha. Sedangkan untuk bulan-bulan lainnya Ketidak tercapaian target pinjaman disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya menurunnya kepuasan konsumen yang diduga oleh kualitas pelayanan dan citra merek yang dinilai kurang baik oleh konsumen.

Setiap perusahaan pasti ingin memberikan yang terbaik untuk konsumen sehingga perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. PT. Permodalan Nasional Madani ternyata masih belum memuaskan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini terbukti dengan adanya keluhan konsumen kepada pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak. Berikut ini adalah data keluhan konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak 2020 yaitu:

Tabel 3. Keluhan Konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani 2020

| Bulan | Jenis Keluhan | Jumlah |
|--------------|---|---------------|
| Januari | Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani berpenampilan kurang rapih. | 3 |
| Februari | Karyawan PT. Permodala Nasional Madani Cabang Cibadak kurang memberikan perhatian dalam hal pelayanan pinjaman kepada konsumen. | 2 |
| Maret | Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak memberikan pelayanan yang lambat. | 4 |
| April | Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani berpenampilan kurang rapih. | 3 |
| Mei | Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak memberikan pelayanan yang lambat. | 3 |
| Juni | Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani berpenampilan kurang rapih. | 2 |
| Juli | Karyawan PT. Permodala Nasional Madani Cabang Cibadak kurang memberikan perhatian dalam hal pelayanan pinjaman kepada konsumen. | 2 |
| Agustus | Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak memberikan pelayanan yang lambat. | 1 |
| September | PT. Permodala Nasional Madani Cabang Cibadak kurang memberikan ruang tunggu. | 3 |
| Oktober | Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani berpenampilan kurang rapih. | 3 |
| November | PT. Permodala Nasional Madani Cabang Cibadak kurang memberikan ruang tunggu | 2 |
| Desember | Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak memberikan pelayanan yang lambat. | 2 |
| TOTAL | | 30 |

Sumber : PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak, 2020

Berdasarkan Tabel 3 merupakan data keluhan konsumen dapat diketahui bahwa keluhan dari konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak keluhan tertinggi terdapat dibulan maret. Adapun hal yang dikeluhkan diantaranya adalah pelayanan lambat, penampilan karyawan kurang rapih. Sehingga berdampak pada

penurunan kepuasan konsumen. diduga karena pemberian informasi kurang jelas dan kurangnya pelatihan karyawan terhadap pelayanan.

Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan dan citra merek pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak peneliti melakukan survei pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 konsumen yang sedang berada di PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak. Survei pendahuluan ini dilakukan selama 3 hari yaitu pada tanggal 22-24 Agustus 2022. Berikut survei pendahuluannya.

Tabel 4. Hasil Survei Pendahuluan Kualitas Pelayanan

| Kualitas Pelayanan | | | | | | |
|--------------------|---|--|-------------|-------------|---|--|
| No | Indikator | Pertanyaan | Ya | Tidak | Interpretasi | |
| 1 | Bukti fisik (<i>Tangibles</i>) | Apakah PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak memberikan fasilitas jasa pinjaman sesuai dengan yang ditawarkan? | 13 (43%) | 17 (57%) | Sebanyak (57%) konsumen menyatakan bahwa PT. Permodalan Nasional Madani cabang cibadak kurang memberikan fasilitas jasa pinjaman yang sesuai di tawarkan. | |
| 2 | Kehandalan (<i>Reliability</i>) | Apakah PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak handal dalam memberikan pelayanan? | 10 (33%) | 20 (67%) | Sebanyak (63%) konsumen menyatakan bahwa PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak kurang handal dalam memberikan pelayanan. | |
| 3 | Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) | Apakah PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak tanggap membantu konsumen? | 11 (37%) | 19 (63%) | Sebanyak (63%) konsumen menyatakan bahwa PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak kurang tanggap membantu konsumen. | |
| 4 | Jaminan (<i>Assurance</i>) | Apakah PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak memiliki kemampuan sifat | 15 (50%) | 15 (50%) | Sebanyak (50%) konsumen menyatakan bahwa PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak memiliki | |

| | yang dipercaya konsumen? | | | | kemampuan sifat yang dipercaya konsumen. |
|---|--------------------------|--|----------|----------|--|
| 5 | Empati (Empaty) | Apakah PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak Membantu konsumen yang memerlukan informasi mengenai jasa pinjaman? | 12 (40%) | 18 (60%) | Sebanyak (60%) konsumen menyatakan bahwa PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak Kurang Membantu konsumen yang memerlukan informasi mengenai jasa pinjaman. |
| | Presentase (%) | | (41%) | (59%) | Penilaian sebanyak (59%) konsumen menyatakan bahwa kualitas pelayanan belum sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan sebanyak (48%) konsumen menyatakan hal sebaliknya. |

Sumber : Survei Pendahuluan, Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 4 merupakan tanggapan hasil survei pendahuluan mengenai kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan. Dapat dilihat dari persentase jawaban yang menjawab tidak lebih tinggi dari pada jawaban ya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak diduga belum optimal. Menurut Krisdianti (2019:37), kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten dapat menimbulkan kepuasan konsumen.

Berikut survey pendahuluan PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak menyangkut tentang citra merek, yaitu:

Tabel 5 Hasil Pendahuluan Citra Merek

| No | Indikator | Pertanyaan | Citra Merek | | Interpretasi |
|----|---|---|-------------|----------|---|
| | | | Ya | Tidak | |
| 1 | Kekuatan asosiasi merek (<i>Strenght ofbrand</i>) | Apakah PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak lebih terkenal | 15 (50%) | 15 (50%) | Sebanyak (60%) konsumen menyatakan bahwa PT.Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak kurang terkenal sebagai |

| | | | | | |
|---|---|--|-------------|-------------|---|
| | <i>associatio n)</i> | sebagai perusahaan pinjaman modal dikalangan masyarakat? | | | perusahaan pinjaman modal dikalangan masyarakat. |
| 2 | Keuntungan asosiasi merek (<i>Favourability of brand associatio n)</i> | Apakah PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak memberikan fasilitas yang dapat memuaskan konsumen? | 14 (47%) | 16 (53%) | Sebanyak (53%) konsumen menyatakan bahwa PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak kurang memberikan fasilitas yang dapat memuaskan konsumen. |
| 3 | Keunikan asosiasi merek (<i>Uniqueness of brand associatio n)</i> | Apakah nama PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak unik berbeda dengan lainnya? | 12 (40%) | 18 (60%) | Sebanyak (60%) konsumen menyatakan bahwa nama PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak unik berbeda dengan lainnya. |
| | Presentase (%) | | (46%) | (54%) | Sebanyak 46% konsumen sudah yakin terhadap kekuatan citra merek, keuntungan dan keunikan, sedangkan 54% menyatakan hal sebaliknya |

Sumber : Survei Pendahuluan, Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 5 merupakan tanggapan hasil survei pendahuluan mengenai citra merek dengan indikator kekuatan asosiasi merek, keuntungan asosiasi merek dan keunikan asosiasi merek. Dapat dilihat dari persentase jawaban yang menjawab tidak lebih tinggi dari pada jawaban ya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak diduga belum baik. Menurut Abubakar (2018 : 35), citra merek yang baik dapat mempertinggi nama atau citra perusahaan dan menyederhanakan proses pengenalan.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen pada intinya merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan oleh konsumennya. kualitas pelayanan Menurut Nasution (2004:47)

mendefinisikan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Lupiyoadi (2013:213) Kualitas pelayanan adalah keuntungan eksternal yang dimaksud dapat diimplikasikan dalam proses suatu jasa, yaitu di mana kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari konsumen terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu kepuasan. Adapun menurut Tjiptono (2016:113), kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Indikator Kualitas Pelayanan adalah tampilan fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan.

Citra Merek

Pengertian citra merek merupakan salah satu hal yang diingat didalam benak konsumen pada saat menggunakan jasa merek tertentu. Menurut Assauri (2018:2014), citra merek adalah nama, istilah, tanda atau lambang dan kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan jasa yang membedakannya dari merek pesaing.

Kepuasan Konsumen

Perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, memang dituntut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah dengan cepat. Menurut Kotler dan Keller (2016:177), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja dengan hasil yang diharapkan. Tjiptono (2016:146), Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu jasa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu jasa dengan harapan-harapannya. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya konsumen puas.

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam proses penelitian yaitu deskriptif dan verifikatif dengan jenis kuantitatif. Variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Merek sebagai variabel bebas serta untuk kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Sampel penelitian berjumlah 100 dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*

Kriteria responden Konsumen yang pernah datang dan meminjam uang ke PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak, Mempunyai kartu tanda penduduk (KTP) dan berusia 21 tahun sampai 65 tahun. Pengukuran menggunakan skala likert akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrument yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Sampel berjumlah 100 responden dari seluruh konsumen PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak dengan kriteria sudah ditentukan. Berikut ini adalah karakteristik konsumen pada tabel berikut:

Tabel 6 Rekapitulasi Konsumen

| No | Karakteristik Konsumen | Ciri Ciri Konsumen | Konsumen | Presentase (%) |
|----|------------------------|---------------------|----------|----------------|
| 1 | Jenis Kelamin | Perempuan | 72 | 72 |
| 2 | Status Pernikahan | Menikah | 82 | 82 |
| 3 | Usia | 26 Tahun – 35 Tahun | 42 | 42 |
| 4 | Pendidikan Terakhir | SMA/SMK | 47 | 47 |
| 5 | Pekerjaan | Wirausaha | 36 | 26 |
| 6 | Penghasilan | Rp.1,1-Rp.3 Jt | 47 | 47 |

Sumber : Data Diolah, 2023

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada layanan jasa pinjaman PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak.

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.445 | 2.098 | | .689 | .493 |
| KUALITAS PELAYANAN | .066 | .030 | .155 | 2.206 | .030 |
| CITRA MEREK | .659 | .066 | .701 | 9.967 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data Diolah, 2023

Hasil analisis linear berganda tersebut, maka diperoleh suatu persamaan regresi dengan model taksiran sebagai berikut:

$$Y = 1,445 + 0,066 X_1 + 0,659 X_2 + \varepsilon$$

Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Biasanya pengaruh dari masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yang diperoleh 1.445 yang berarti pada saat kualitas pelayanan (X_1) dan citra merek (X_2) = 0 maka kepuasan konsumen (Y) pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak bernilai positif.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) bernilai positif 0,066 yang berarti setiap terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan (X_1) maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen (Y) pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak dengan asumsi variabel citra merek (X_2) tetap.
3. Koefisien regresi citra merek (X_2) bernilai positif 0,659 yang berarti semakin baik penilaian mengenai citra merek (X_2) maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen (Y) pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X_1) tetap.

Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Analisis Koefisien Determinasi

Korelasi berganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya suatu hubungan antara dua atau lebih variabel independen secara bersama-sama dengan satu

variabel dependen. Untuk melihat korelasi antara variabel-variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .781 ^a | .610 | .602 | 2.502 |

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN
Sumber : Data Diolah, 2023

Nilai R atau korelasi yaitu sebesar 0,781 yang menunjukkan korelasi atau hubungan dari variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1) dan citra merek (X_2) dengan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) memiliki korelasi kuat (0,60 – 0,799) dan positif. Sedangkan R square sebesar 0,610 atau 61%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen layanan jasa PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak sebesar 61% sedangkan sisanya sebesar 39% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Menurut Lupiyoadi (2014:21) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor lain diantaranya faktor kualitas produk, faktor emosional dan faktor biaya.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (UJI F)

Untuk menguji hipotesis statistik tersebut digunakan statistik uji F yang diperoleh melalui tabel analisis varians (anova) sebagai berikut:

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 947.941 | 2 | 473.971 | 75.734 | .000 ^a |
| | Residual | 607.059 | 97 | 6.258 | | |
| | Total | 1555.000 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data Diolah, 2023

Nilai F_{hitung} sebesar 75,734 sedangkan F_{tabel} perlu perhitungan dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($df = n-k$) atau $100-2-1 = 97$ dengan melihat hasil dari derajat kebebasan maka didapatkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($75,734 > 3,09$) dan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas pelayanan (X_1) dan citra merek (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (UJI T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1) dan citra merek (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak.

| Coefficients^a | | | |
|---------------------------------|--------------------|----------|-------------|
| Model | | T | Sig. |
| 1 | (Constant) | .689 | .493 |
| | Kualitas Pelayanan | 2.206 | .030 |
| | Citra Merek | 9.967 | .000 |

Sumber : Data Diolah, 2023

t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 2,206 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,661 ($2,206 > 1,661$) dan nilai signifikan sebesar 0,030 lebih kecil dari 0,05 ($0,030 < 0,05$). Maka dengan demikian H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak yang artinya secara parsial kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak.

t_{hitung} pada variabel citra merek (X_2) sebesar 9,967 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,661 ($9,967 > 1,661$) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dengan demikian H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak yang artinya secara parsial variabel citra merek (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. hal ini

sesuai dengan penelitian Samboro, (2018:192) kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Menurut Triyadi, (2021:519) kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan menurut Suryani, (2010:126) kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Diketahui bahwa hasil yang diperoleh yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan riset Febri Trilia, (2018:15). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Setelah data diolah kemudian diketahui citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sama halnya dengan Penelitian yang telah dilakukan oleh Kusmargiani, (2020:115) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan Konsumen terhadap Kualitas pelayanan citra merek dan kepuasan memiliki kategori baik dan tinggi.
2. Kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak.
3. Kualitas pelayanan dan Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Permodalan Nasional Madani.

PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak harus melakukan upaya seperti memperbaiki responsivitas, memperbaiki komunikasi, pelatihan karyawan, meminta masukan dari konsumen dan evaluasi internal untuk memperbaiki pelayanan yang

diberikan karyawan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. maka PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak harus melakukan upaya dalam meningkatkan kesan seperti desain logo yang memorable, warna yang menarik, branding yang kuat, dan kampanye pemasaran kreatif secara publisitas dan membuat konsumen mudah mengingat logo PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak. Dengan begitu maka PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Cibadak harus melakukan upaya seperti meningkatkan reputasi, menawarkan persyaratan yang lebih mudah, tingkat bunga yang tidak bersaing dan inovasi. Sehingga dapat meningkatkan daya tariknya sebagai jasa pinjaman yang disukai konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dari hati yang paling dalam penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini. semoga jurnal ini bermanfaat bagi akademisi dan praktisi.

DAFTAR REFERENSI

- Abubakar, R. (2018 : 35). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta Bandung. Bandung.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran, Cetakan 16*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Febri Trilia, T. S. (2018). **Analisis Kualitas Layanan, Biaya Pinjaman Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT. PNM Persero Cabang Bondowoso)**. *Jurnal Fakultas Ekonomi Univesitas Muhammadiyah Jember*. (Diakses pada KamisTangal 6 Oktober 2022 Pukul 22:18 WIB).
- Handrianti, I. (2018). **Pengaruh Persepsi Harga, Citra merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Musik (Studi Pada Konsumen Toko Ecayo Yamaha Musik Di Bandar Lampung)**. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung*, 1-88. <http://digilib.unila.ac.id/55679/> (Diakses Pada Senin Tanggal 17 Oktober 2022 Pukul 22:57 WIB).
- Kotler Keller. (2016). *Marketing Management 15th ed., Upper Saddle River New Jersey*. prentice: Hall International, Inc.
- Kusmargiani, H. K. (2020, Juli). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Kehandalan Dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSESO), Tbk Kantor Cabang Kudus**. *Eunis Majalah Ilmiah*, 8 (2). <https://www.neliti.com/id/publications/496714/analisis-pengaruh-citra-merek->

bukti-fisik-kehandalan-dan-jasa-portofolio-terhada (Diakses pada Kamis Tanggal 6 Oktober 2022 Pukul 9:20 WIB).

- Krisdianti, D. L. (2019). **Pengaruh Kualtias Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square.** *jurnal administrasi bisnis*, 36-44. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2812> (Diakses pada Kamis Tanggal 6 Oktober 2022 Pukul 18:23 WIB).
- Lopiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik Dan Teori)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Samboro, P. R. (2018, Juni). **Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Permodalan Nasional Madani (PERSERO) Unit Sukorejo.** *Jurnal Aplikasi Bisnis*. (Diakses Pada Kamis Tanggal 6 Oktober 2022 Pukul 22:14 WIB).
- Suryani. (2010, Desember). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Dampak Terhadap Loyalitas (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI 46 Cabang Uin Syarif Hidayatullah Ciputat).** <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/21498> (Diakses Pada Senin Tanggal 17 Oktober 2022 Pukul 22:52 WIB).
- Tjiptono. (2016). *Server Quality And Costumer Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Triyadi, R. W. (2021, juli). **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BANK DANAMON TBK Cabang Bintaro.** *Jurnal Ekonomi Efektif, Vol* 3(4). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/11289/7001> (Diakses Pada Senin Tanggal 17 Oktober 2022 Pukul 22:52 WIB).