

P-ISSN: 2655-9811, E-ISSN: 2656-1964
J. Feasible., Vol. 7, No. 2, Agustus-Januari 2026 (186-197)
©2019 Pusat Inkubasi Bisnis dan Kewirausahaan
Universitas Pamulang (PINBIKUNPAM)

JURNAL ILMIAH
FEASIBLE
BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

Pengaruh Produk dan Lokasi Bank Perekonomian Rakyat terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening

Rosida Hasibuan^{1*}, Suhardi²

Magister Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam
Pb242120009@upbatam.ac.id^{1*}, suhardi@puterabatam.ac.id²

Received 23 Januari 2026 | Revised 25 Januari 2026 | Accepted 30 Januari 2026

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Produk Bank dan Lokasi Bank terhadap variabel Keputusan Nasabah baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 150 responden yang merupakan nasabah Bank Perekonomian Rakyat, baik nasabah tabungan, nasabah deposito dan nasabah kredit. Data dianalisis menggunakan, analisis glejser, dan *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Produk Bank berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Lokasi Bank tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Produk Bank berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah, Lokasi Bank berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah, Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Bank

Kata kunci: Produk Bank; Lokasi Bank; Kepuasan Nasabah; Keputusan Nasabah

Abstract

This study aims to analyze the effect of Bank Products and Bank Location on Customer Decisions, both directly and indirectly through Customer Satisfaction as an intervening variable. The research method employed is a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 150 respondents who are customers of Rural Banks (Bank Perkreditan Rakyat), including savings, deposit, and loan customers. The data were analyzed using the Glejser test and path analysis. The results of the study indicate that Bank Products have a significant effect on Customer Satisfaction, while Bank Location does not have a significant effect on Customer Satisfaction. Furthermore, Bank Products have a significant effect on Customer Decisions, Bank Location has a significant effect on Customer Decisions, and Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Decisions in choosing a bank.

Keywords: Bank Products; Bank Location; Customer Satisfaction; Customer Decisions

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor perbankan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan. Bank Perekonomian Rakyat (BPR) sebagai

lembaga keuangan mikro memiliki peran strategis dalam meningkatkan inklusi keuangan, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), melalui produk perbankan yang relatif sederhana serta lokasi yang lebih dekat



dengan masyarakat dibandingkan Bank Umum (Suhardi, 2023).

Dalam praktiknya, BPR masih menghadapi persepsi negatif dari sebagian masyarakat, seperti anggapan bunga pinjaman yang lebih tinggi, keterbatasan fasilitas teknologi, serta tingkat kepercayaan yang dianggap lebih rendah dibandingkan Bank Umum. Namun demikian, BPR juga memiliki keunggulan berupa pelayanan yang lebih personal, fleksibilitas dalam pemberian kredit, serta pemahaman yang lebih baik terhadap kondisi ekonomi masyarakat lokal. Keunggulan tersebut menjadikan BPR sebagai lembaga yang berperan nyata dalam mendukung pembiayaan UMKM dan membangun loyalitas nasabah (Suhardi, 2018).

Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BPR dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti produk bank dan lokasi bank. G. B. Manubawa dan P. Y. Setiawan (2025), produk bank yang beragam, inovatif, mudah dipahami, serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat meningkatkan minat dan loyalitas nasabah, sedangkan produk yang tidak memiliki nilai tambah akan menurunkan keputusan penggunaan layanan perbankan. Selain itu, Alfian dan R. Hermawan (2023) menyatakan lokasi bank yang strategis, mudah diakses, dekat dengan pusat aktivitas masyarakat, serta didukung fasilitas yang memadai berperan penting dalam memengaruhi keputusan nasabah. Kondisi tersebut tercermin dari pertumbuhan jumlah nasabah BPR di Kota

Batam, yang salah satunya ditunjukkan oleh peningkatan jumlah nasabah aktif di BPR Central Kepri pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi keragaman produk dan lokasi bank yang strategis memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan dan keberlanjutan nasabah BPR.

Peningkatan jumlah nasabah BPR di Kota Batam tercermin dari semakin banyaknya BPR yang beroperasi, baik sebagai kantor pusat maupun kantor cabang, termasuk ekspansi beberapa BPR dari wilayah Kepulauan Riau ke Kota Batam. Hal ini menunjukkan meningkatnya peran BPR dalam mendukung aktivitas ekonomi daerah. Berdasarkan laporan BATAM TODAY.COM (29 September 2025), pada semester I tahun 2025 aset BPR dan BPRS di Kepulauan Riau tumbuh sebesar 14,22 persen menjadi Rp12,69 triliun, dengan penyaluran kredit meningkat hampir 20 persen menjadi Rp10,27 triliun. Tingkat kredit bermasalah (NPL) BPR/BPRS tercatat sebesar 6,42 persen, lebih rendah dibandingkan rata-rata nasional sebesar 12,73 persen. Selain itu, BPRS di Kepulauan Riau juga mencatat pertumbuhan signifikan pada aset, dana pihak ketiga, dan pembiayaan, dengan rasio pembiayaan bermasalah (NPF) yang relatif lebih rendah dibandingkan tingkat nasional. Kondisi ini menunjukkan kinerja dan kontribusi BPR/BPRS yang semakin kuat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi regional.

Tabel 1. Daftar BPR di Kota Batam

No	Tahun 2016	Tahun 2025	Lokasi
1.	PT BPR Barelang Mandiri	PT BPR Barelang Mandiri	Batam Centre, Tembesi, Tiban
2.	PT BPR Pundi Masyarakat	PT BPR Pundi Masyarakat	Pelita
3.	PT BPR Kencana Graha	PT BPR Kencana Graha	Penuin
4.	PT BPR Sejahtera Batam	PT BPR Sejahtera Batam	Nagoya, Batam Centre, Aviari, Mitra Raya, Penuin
5.	PT BPR Artha Prima Perkasa	PT BPR Artha Prima Perkasa	Nagoya
6.	PT BPR Dana Nusantara	PT BPR Dana Nusantara	Nagoya, Tanjung Uncang, Batam Centre, SP Plaza, Panbil
7.	PT BPR Banda Raya	PT BPR Banda Raya	Jodoh, Batu Aji

No	Tahun 2016	Tahun 2025	Lokasi
8.	PT BPR Dana Nagoya	PT BPR Dana Nagoya	Nagoya, Bengkong, Batam Centre
9.	PT BPR Lse Manggala	PT BPR Lse Manggala	Nagoya, Tanjung Uncang
10.	PT BPR Putra Batam	PT BPR Putra Batam	Batu Aji
11.	PT BPR Danamas Simpan Pinjam	PT BPR Danamas Simpan Pinjam	Penuin
12.	PT BPR Kepri Batam	PT BPR Kepri Batam	Sei Panas
13.	PT BPR Agra Dhana	PT BPR Agra Dhana	Suka Jadi
14.	PT BPR Kintamas Mitra Dana	PT BPR Kintamas Mitra Dana	Penuin
15.	PT BPR Indobaru Finansia	PT BPR Indobaru Finansia	Sei Panas, Batam Centre
16.	PT BPR Harapan Bunda Batam	PT BPR Harapan Bunda Batam	Nagoya
17.	PT BPR Global Mentari	PT BPR Global Mentari	Batam Centre
18.	PT BPR Dana Fanindo	PT BPR Dana Fanindo	Nagoya
19.	PT BPR Dana Mitra Sukses	PT BPR Sinergi Utama	Suka Jadi
20.	PT BPR Dana Putra	PT BPR Dana Putra	Nagoya
21.	PT BPR Dana Makmur	PT BPR Dana Makmur	Panbil, Pelita
22.	PT BPR Central Kepri	PT BPR Central Kepri	Nagoya
23.	PT BPR Dana Central Mulia	PT BPR Dana Central Mulia	Baloi
24.	PT BPR Majesty Golden Raya	PT BPR Majesty Golden Raya	Batam Centre
25.	PT BPR Dana Mitra Utama	PT BPR Dana Mitra Utama	Nagoya
26.	PT BPR Satya Mitra Andalan	PT BPR Satya Mitra Andalan	Sei Panas
27.	PT BPR Ukabima Mitra Dana	PT BPR Ukabima Lestari Cabang Batam	Batam Centre
28.	PT BPR Syariah Vitka Central	PT BPR Syariah Vitka Central	Penuin
29.	PT BPR Syariah Syarikat Madani	PT BPR Syariah Syarikat Madani	Penuin
30.	Belum beroperasi	PT BPR Lesca Dana Batam	Nagoya

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, Hits: 26263, Alamat: [penting.com](http://www.penting.com)

Kepuasan nasabah merupakan indikator penting keberhasilan Bank dalam membangun hubungan jangka panjang, karena nasabah yang puas cenderung loyal, merekomendasikan Bank, dan meningkatkan penggunaan produk. Namun, tidak semua BPR mampu menyediakan produk yang inovatif dan berlokasi strategis, sehingga masih terdapat keluhan terkait keterbatasan variasi produk, kompleksitas prosedur, akses lokasi, fasilitas, dan jam operasional.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa produk dan lokasi Bank berpengaruh terhadap keputusan dan kepuasan nasabah, namun hasilnya belum konsisten, terutama pada konteks BPR. Di Kota Batam, pertumbuhan jumlah dan kinerja BPR tidak selalu diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah secara merata, khususnya pada BPR yang

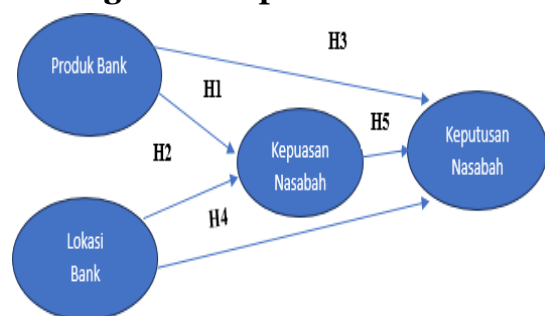
berlokasi jauh dari pusat aktivitas ekonomi. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang jelas, yaitu belum adanya kajian empiris yang secara komprehensif menguji pengaruh produk dan lokasi bank terhadap keputusan nasabah dengan melibatkan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada BPR di Kota Batam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh produk dan lokasi bank terhadap keputusan nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada BPR di Kota Batam. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya kajian perbankan mikro serta kontribusi praktis bagi manajemen BPR dalam merumuskan strategi produk, lokasi, dan peningkatan kepuasan nasabah.

Dalam persaingan perbankan, Bank Perekonomian Rakyat (BPR) dihadapkan

tantangan mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah. Produk BPR dinilai masih kurang variatif dan belum sepenuhnya dipahami manfaatnya oleh nasabah, sementara keterbatasan lokasi dan jaringan cabang mengurangi kemudahan akses layanan. Selain itu, masih terdapat keluhan terkait pelayanan, kecepatan transaksi, dan fasilitas pendukung, yang berdampak pada kepuasan nasabah.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh produk, lokasi Bank terhadap keputusan nasabah BPR di Kota Batam, dengan kepuasan sebagai variabel intervening, sebagaimana kerangka konseptual berikut.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual
Sumber: Peneliti, 2026

Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Produk Bank berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.
- H2: Lokasi Bank berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.
- H3: Produk Bank berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.
- H4: Lokasi Bank berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.
- H5: Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei.

Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menguji hubungan kausal antar variabel serta memungkinkan analisis statistik yang objektif. Model penelitian bersifat kausal, yaitu menjelaskan hubungan sebab-akibat antara produk Bank, lokasi Bank, kepuasan nasabah, dan keputusan nasabah (Husda et al., 2023).

Penelitian dilaksanakan di Kota Batam dengan objek penelitian adalah nasabah Bank Perekonomian Rakyat. Periode penelitian berlangsung dari September 2025 hingga Januari 2026, meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, dan penyusunan laporan.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah aktif BPR di Kota Batam, baik nasabah tabungan, deposito, maupun kredit. Mengingat jumlah populasi yang terjangkau, penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, Semua anggota populasi punya kesempatan sama. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 150 orang.

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring menggunakan Google Form untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi pengumpulan data. Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari buku dan jurnal ilmiah.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dan analisis jalur (path analysis) dengan bantuan SPSS. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis pada tingkat signifikansi 5 persen ($\alpha = 0,05$).

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji korelasi dua arah (two-tailed) pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Nilai r tabel ditentukan berdasarkan derajat kebebasan

(df) = $30 - 2 = 28$, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,3610.

Tabel 2: Hasil Uji Validitas Variabel Produk Bank (X₁)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,753	0,3610	Valid
X1.2	0,842		
X1.3	0,839		
X1.4	0,628		
X1.5	0,649		
X1.6	0,822		
X1.7	0,758		
X1.8	0,842		
X1.9	0,805		
X1.10	0,893		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Tabel 3: Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi Bank (X₂)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,467	0,3610	Valid
X2.2	0,788		
X2.3	0,749		
X2.4	0,729		
X2.5	0,663		
X2.6	0,587		
X2.7	0,682		
X2.8	0,774		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Tabel 4: Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (Z)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Z.1	0,836	0,3610	Valid
Z.2	0,760		
Z.3	0,936		
Z.4	0,840		
Z.5	0,741		
Z.6	0,832		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Tabel 5: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,908	0,3610	Valid
Y.2	0,829		
Y.3	0,720		
Y.4	0,874		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Dari Tabel 2 sampai 5 di atas, terbukti bahwa seluruh item pernyataan pada variabel produk Bank (X₁), Lokasi Bank (X₂), Kepuasan Nasabah (Z), dan keputusan Nasabah (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,3610 (df = 28). Ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki validitas yang signifikan dan mampu mengukur empat variabel secara tepat. Dengan demikian, seluruh item pada empat variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Corbach's Alpha > 0,60	N of item	Keterangan
Produk Bank (X ₁)	0,860	10	Reliabel
Lokasi Bank (X ₂)	0,809	8	
Kepuasan Nasabah (Z)	0,775	6	
Keputusan Nasabah (Y)	0,649	4	

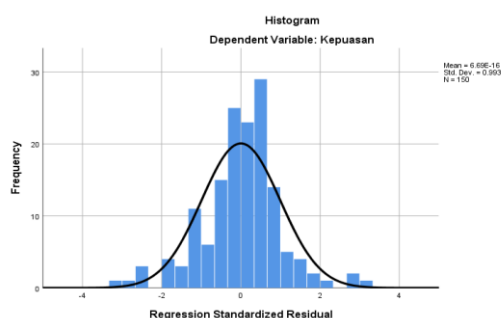
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Tabel 6, seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, sehingga dinyatakan reliabel. Variabel Produk Bank, Lokasi Bank, Kepuasan Nasabah, dan Keputusan Nasabah menunjukkan tingkat konsistensi internal yang memadai. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan layak/reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

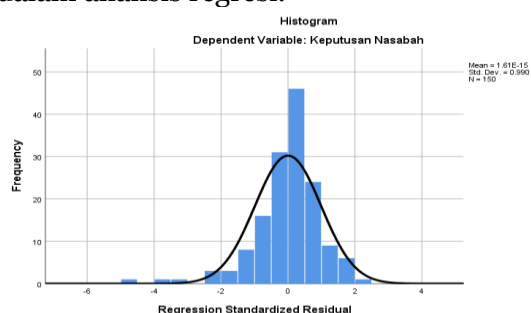
Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data penelitian berdistribusi normal sebagai prasyarat analisis regresi. Pengujian dilakukan melalui grafik histogram, Normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*, serta uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Berdasarkan grafik histogram *Regression Standardized Residual*, residual menunjukkan pola distribusi menyerupai kurva lonceng yang simetris di sekitar nilai nol. Hal ini menandakan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga layak digunakan dalam analisis regresi.



Gambar 3 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Berdasarkan grafik histogram *Regression Standardized Residual*, distribusi residual pada variabel Keputusan Nasabah membentuk pola menyerupai kurva normal dan menyebar simetris di sekitar nilai nol. Hal ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

Hasil Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Kriteria yang digunakan adalah nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10 menunjukkan tidak terjadi multikolineritas, sedangkan nilai Tolerance < 0,10 dan VIF > 10 menunjukkan adanya multikolineritas. Hasil pengujian selengkapnya disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	Tolerance	VIF
Produk Bank	0,424	2,36
Lokasi Bank	0,424	2,36

Berdasarkan Tabel 7, variabel Produk Bank dan Lokasi Bank masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,424 (> 0,10) dan nilai VIF sebesar 2,360 (< 10). Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak mengalami multikolineritas, sehingga model regresi layak digunakan. Selanjutnya, hasil uji multikolineritas dan uji parsial (uji t) disajikan pada tabel *Coefficients*.

Tabel 8 Hasil Uji Multikolineritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	2,472	1,229		2,011	0,046		
Produk Bank	0,023	0,043	0,076	0,532	0,595	0,424	2,360
Lokasi Bank	0,251	0,049	0,700	5,153	0,000	0,424	2,360
Kepuasan	0,196	0,066	0,387	2,953	0,004	0,469	2,134

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

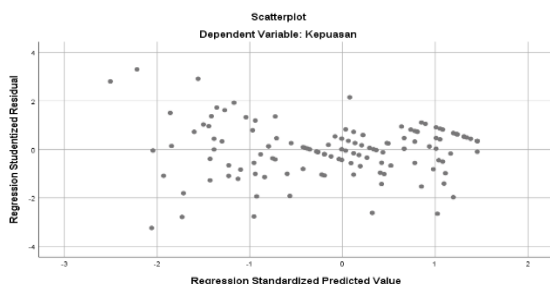
Uji multikolineritas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga tidak terdapat gejala multikolineritas dalam model regresi. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa Produk Bank tidak berpengaruh signifikan

terhadap Keputusan Nasabah (Sig. 0,595 > 0,05), sedangkan Lokasi Bank (Sig. 0,000 < 0,05) dan Kepuasan (Sig. 0,004 < 0,05) berpengaruh signifikan. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah: $Y = 2,472 + 0,023X_1 + 0,251X_2 + 0,196X_3 + e$,

Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi Bank dan Kepuasan berpengaruh positif terhadap keputusan Nasabah.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah gambar yang mencakup Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*) dan Uji Regresi Linear Berganda (*Coefficients*).

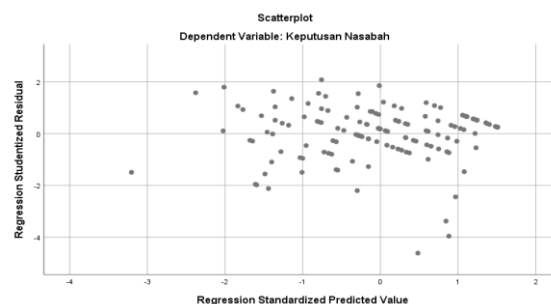


Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Kepuasan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Hasil uji heteroskedastisitas berdasarkan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol serta tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas. Uji multikolinearitas juga menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga tidak terdapat korelasi tinggi antara variabel independen. Selanjutnya, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa Produk Bank tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Sig. 0,595 > 0,05), sedangkan Lokasi Bank (Sig. 0,000 < 0,05) dan

Kepuasan (Sig. 0,004 < 0,05) berpengaruh signifikan dan positif. Dengan demikian, model regresi dinyatakan layak digunakan untuk analisis dan prediksi Keputusan Nasabah.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol tanpa membentuk pola tertentu. Hal ini mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk memprediksi Keputusan Nasabah.

Uji Glejser

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen untuk mendeteksi heteroskedastisitas. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05.

Tabel 9 Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	2,109	0,654		3,224	0,002
Produk Bank	-0,025	0,018	-0,178	-1,352	0,180
Lokasi Bank	-0,045	0,024	-0,244	-1,849	0,068

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Hasil uji Glejser pada Model Pertama (Abs_Res1) menunjukkan bahwa variabel Produk Bank (Sig. 0,180) dan Lokasi Bank (Sig. 0,068) memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Dengan demikian, seluruh

variabel independen tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi dinyatakan memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 10 Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.214	.808		3.977	.000
1 Produk Bank	-.025	.031	-.119	-.823	.412
Lokasi Bank	-.038	.035	-.137	-1.062	.290
Kepuasan	.015	.047	.042	.322	.748

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Hasil uji Glejser pada Model Kedua (Abs_Res2) menunjukkan bahwa variabel Produk Bank (Sig. 0,412), Lokasi Bank (Sig. 0,290), dan Kepuasan (Sig. 0,748) memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Dengan demikian, seluruh variabel inde-

penden dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan varians residual yang stabil, sehingga model regresi kedua memenuhi asumsi homoskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis lanjutan.

Uji Regresi (Path Analysis)**a. Koefisien Jalur Pertama****Tabel 11** Uji Regresi (Path analysis) Koefisien Jalur Pertama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3,321	1,157		2,870	0,005
Produk Bank	0,088	0,034	0,227	2,555	0,012
Lokasi Bank	0,291	0,039	0,664	7,471	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.487	.480	191.602

a. Predictors: (Constant), Lokasi Bank, Produk Bank

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Hasil Uji Glejser menunjukkan bahwa baik Model 1 (Abs_Res1) maupun Model 2 (Abs_Res2) memiliki nilai signifikansi seluruh variabel independen di atas 0,05, sehingga kedua model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Analisis jalur pada Model I menunjukkan bahwa Produk Bank dan Lokasi Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$Y = 3,321 + 0,088X_1 + 0,291X_2$, di mana Lokasi Bank memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Produk Bank. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,487 menunjukkan bahwa 48,7% variasi Keputusan Nasabah dapat dijelaskan oleh Produk Bank dan Lokasi Bank, sedangkan 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai error jalur pertama (e_1) sebesar 0,716.

$$e_1 = \sqrt{1 - 0,487} = \sqrt{0,513} = 0,716$$

b. Koefisien Jalur Kedua**Tabel 12** Uji Regresi (Path analysis) Koefisien Jalur Kedua
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.413	1.375		2.482	.014
Produk Bank	.307	.046	.519	6.684	.000



Lokasi Bank	.126	.065	.165	1.955	.052
Keputusan Nasabah	.278	.096	.201	2.900	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Model Summary

Adjusted R-Square	Std. Error of the Estimate
.632	222.941

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21 (2026)

Hasil Uji Glejser (Uji Heteroskedastisitas)

Hasil Uji Glejser menunjukkan bahwa Model Jalur 1 dan Model Jalur 2 memiliki nilai signifikansi seluruh variabel di atas 0,05, sehingga kedua model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas. Analisis jalur menunjukkan bahwa pada jalur pertama, Produk Bank dan Lokasi Bank berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dengan nilai R^2 sebesar 0,487, yang berarti kontribusinya mencapai 48,7%, sedangkan 51,3% dipengaruhi faktor lain. Pada jalur kedua, Produk Bank dan Keputusan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan, sementara Lokasi Bank menunjukkan pengaruh yang mendekati signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,640 menunjukkan bahwa Produk Bank, Lokasi Bank, dan Keputusan Nasabah secara bersama-sama menjelaskan 64% variasi Kepuasan Nasabah.

Persamaan Struktural Hasil Uji Glejser (Uji Heteroskedastisitas):

1. Model I: $Y = 3,321 + 0,088 X_1 + 0,291 X_2 + e_1$
2. Model II: $Z = 3,413 + 0,307 X_1 + 0,126 X_2 + 0,278 Y + e_2$

Uji Hipotesis

Dari hasil uji hipotesis pada tabel tabel diatas dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

- H1: Pengaruh Produk Bank (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam dapat DITERIMA
- H2: Pengaruh Lokasi Bank (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam DITOLAK
- H3: Pengaruh Produk Bank (X_1) dan Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam DITERIMA

H4: Pengaruh Lokasi Bank (X_2) melalui Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam DITERIMA

H5: Pengaruh Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam DITERIMA

Pembahasan

1. Analisis pengaruh Produk Bank (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

Diperoleh nilai signifikansi Produk Bank (X_1) sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Lokasi Bank (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Z). Penelitian ini mendukung penelitian (Irsanni & Suhardi, 2023; Widyasari & Suhardi, 2019)

2. Analisis pengaruh Lokasi Bank (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

Diperoleh nilai signifikansi Lokasi Bank (X_2) sebesar $0.052 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung tidak terdapat pengaruh signifikan Lokasi Bank (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Z). Penelitian ini mendukung penelitian (Sari & Soliha, 2018)

3. Analisis pengaruh Produk Bank (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

Diperoleh nilai signifikan Produk Bank (X_1) sebesar $0.024 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Produk Bank (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Penelitian ini mendukung penelitian (Femiyati Saputri & Suhardi, 2023; Stefanny & Suhardi, 2023; Susanto & Suhardi, 2024)



4. Analisis pengaruh Lokasi Bank (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

Diperoleh nilai signifikansi Lokasi Bank (X_2) sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Lokasi Bank (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Penelitian ini mendukung penelitian (Latifah & Suhardi, 2020)

5. Analisis pengaruh Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

Diperoleh nilai signifikansi Keputusan Nasabah (Y) sebesar $0.004 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Keputusan Nasabah (Y) terhadap Kepuasan Nasabah (Z). Penelitian ini mendukung penelitian (Wardani et al., 2022)

6. Analisis pengaruh Produk Bank (X_1) melalui Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

Pengaruh langsung yang diberikan Produk Bank (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) sebesar 0.000 sedang pengaruh tidak langsung Produk Bank (X_1) melalui Keputusan Nasabah (Y) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) adalah perkalian antara nilai beta Produk Bank (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai beta Keputusan Nasabah (Y) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) yaitu $0.207 \times 0.201 = 0.041$, maka pengaruh total yang diberikan Produk Bank (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu $0.519 + 0.041 = 0.56$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X_1 melalui Keputusan Nasabah (Y) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z).

7. Analisis pengaruh Lokasi Bank (X_2) melalui Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

Diketahui bahwa Lokasi Bank (X_2) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z) dikarenakan > 0.05 dan nilai Lokasi Bank (X_2) sebesar 0.052 . Sedangkan pengaruh tidak langsung Lokasi Bank (X_2) melalui Keputusan Nasabah (Y) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) yaitu $0.528 \times 0.201 = 0.106$, maka pengaruh total yang diberikan Lokasi Bank (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) sebesar 0.165 . Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung Lokasi Bank (X_2) melalui Keputusan Nasabah (Y) mempunyai pengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk Bank (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.
2. Lokasi Bank (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.
3. Produk Bank (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam
4. Lokasi Bank (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Z) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam
5. Kepuasan Nasabah (Z) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) Bank Perekonomian Rakyat di Kota Batam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk Bank berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan nasabah, sehingga BPR di Kota Batam perlu memprioritaskan pengembangan dan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Lokasi Bank tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, artinya bagi nasabah BPR lokasi bukan hal utama terhadap penentuan keputusannya, tetapi kepuasannya lah yang

mempengaruhi keputusan nasabah tersebut, sehingga peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan layanan BPR secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. R., Zain, I., & Nuraini, P. (2019). Analisis Dimensi Service Marketing Mix Sebagai Pengukur Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 2(2), 1–15. [https://doi.org/10.25299/jtb.2019.v012\(2\).4395](https://doi.org/10.25299/jtb.2019.v012(2).4395)
- Alfian, & Hermawan, R. (2023). Keputusan Nasabah Menabung di PT BPR LPN Tarantang Dharmasraya. *Jurnal Economina*, 2(3), 849–859.
- Ari, M., Fanggidae, R., & Yosefina. (2021). Produk Pakaian Bekas Di Pasar Inpres Naikoten 1 Kota Kupang (Studi Pada Mahasiswa / I Universitas Nusa Cendana). *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 335–347.
- Femiyati Saputri, N., & Suhardi. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Two Way Cake Pixy. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 376–386. <https://doi.org/10.32493/dr.v6i4.30133>
- Hakunta, T., & Sujianto, Eko, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Warung Kopi Tequila Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Hospitality* 787, 11(2), 16. <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Husda, N. E., Suhardi, & Inda, S. (2023). Metodologi Penelitian Kulitatif, Kuantitatif dan Researth & Development (R & D) (Yunisa Oktavia, Ed.; 1st ed., Vol. 1). UPB Press.
- Irsanni, A. A., & Suhardi. (2023). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Fashion Thenblank di Kota Batam. *Scientia Journal*, 5(3).
- Kristinae, V. (2018). Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Rotan. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 25–30.
- Latifah, S., & Suhardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam. *Ekuivalensi*, 6(1), 57–72.
- Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J. A. F., & Wenas, R. S. (2016). the Analysis of Product, Price, Location, and Promotion on Consumer Satisfaction At Pt. Bank Mandiri Tbk Credit Card Manado. *Jurnal EMBA*, 4(2), 164–176.
- Mulyanto, A. (2016). Agus Mulyanto, Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut, Citra Perusahaan Dan Lokasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Ilmu Manajemen, Pascasarjana Universitas Islam Malang. Volume 6 Nomor . 6(July)*, 1–23.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Sari, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah KPR Sebagai Variabel Intervening (Vol. 4, Issue 1).
- Sari, L. K., & Soliha, E. (2018). Kualitas Layanan, Persepsi Tingkat Suku Bunga Dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah. 978–979.
- Stefanny, E., & Suhardi. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bentoro Adisandi Ivena Batam. *ECo-Buss*, 60(2).
- Sucihati, R. N., Suprianto, S., & Mustiadi, D. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur



- Kecamatan Labangka). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 8(3), 164–174. <https://doi.org/10.58406/jeb.v8i3.552>
- Sudarso, saputro dan. (2019). Menurut Hawkins dan Lonney dalam Saputra dan Sudarso (2019:23) indikator pembentuk kepuasan konsumen. *Jurnal EMBA*, 8(3), 332–343.
- Sugeng, S. L. P. (2022). Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 45–57.
- <https://doi.org/10.21009/jmp.v13i1.28335>
- Suhardi. (2018). Pengantar Manajemen dan Aplikasinya (A. Eliyana, Ed.; 1st ed.). Gava Media.
- Suhardi. (2023). Pengantar Ekonomi Mikro (Edisi Revisi) (R. P. Setyaningrum & N. Aisyah, Eds.; 1st ed., Vol. 1). Gava Media.
- Susanto, F., & Suhardi. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan WOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Herborist di Kota Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(2), 361–371. <https://doi.org/10.32493/drj.v7i2.37650>
- Vabiola Ghantynireta, B., Inayatillah, I., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 114–122. <https://doi.org/10.22373/jimebis.v2i2.189>
- Wardani, I. Y., Ruspitasari, W. D., & Handoko, Y. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan pada 200 Cafe and Food. 3(2).
- Widyasari, H., & Suhardi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Gojek di Kota Batam. *Scientia Journal*, 3(4).
- Zulfikar, A., Mallongi, S., & Arif, M. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan dan Produk yang ditawarkan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor Bank Syariah Indonesia Kota Makassar Abstrak Pendahuluan Metode Analisis. 8(4), 1199-1207