

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Diferensiasi Produk**

##### **1. Pengertian Produk**

Produk adalah sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik kebutuhan primer seperti rasa lapar dan haus, atau kebutuhan sekunder seperti hiburan. Menurut M. Taufiq Amir, produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka.<sup>8</sup> Sedangkan menurut Philip yang dimaksud dengan produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ia meliputi benda fisik, jasa orang, tempat, organisasi dan gagasan.<sup>9</sup> Didalam konsep produk, konsumen cenderung lebih menyukai produk yang berkualitas dan mempunyai prestasi paling baik. Konsep produk memusatkan perhatian pada usaha untuk menghasilkan produk yang lebih unggul dibanding yang lain dan menyempurnakannya secara terus menerus.<sup>10</sup> Oleh karena itu, organisasi perlu mengadakan perbaikan-perbaikan dan strategi produk yang sesuai dengan keadaan pasar.

---

<sup>8</sup> M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 8.

<sup>9</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Pt. Grafindo Persada, 1999), hal. 127.

<sup>10</sup> M. Suyanto, *Marketing Strategi Top Brand Indonesia* ( Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), hal. 14.

## 2. Pengertian Diferensiasi

Diferensiasi adalah sebuah pembeda atau bagaimana caranya agar menjadi berbeda dengan produk atau perusahaan yang lain.<sup>11</sup> Hermawan Kartajaya dan banyak pakar manajemen pemasaran mendefinisikan diferensiasi sebagai semua upaya brand atau perusahaan untuk menciptakan perbedaan di antara para pesaing dalam rangka membentuk value terbaik kepada pelanggan. Untuk mendapatkan diferensiasi yang kukuh, perusahaan harus berkonsentrasi pada tiga dimensi diferensiasi, yaitu konten, konteks, dan infrastruktur.<sup>12</sup>

## 3. Pengertian Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar lebih menarik atau bisa juga diartikan tindakan perusahaan yang mempunyai identifikasi merek dan kesetaraan pelanggan yang digunakan untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing. Diferensiasi ini memerlukan penelitian pasar yang cukup serius karena agar bisa benar-benar berbeda, diperlukan pengetahuan tentang produk pesaing. Diferensiasi produk biasanya hanya mengubah sedikit karakteristik produk, antara lain kemasan dan tema promosi tanpa mengubah spesifikasi produk, meskipun itu diperbolehkan.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup>Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sidiby, *Marketing muhammad SAW*. (Bandung: Madania Prisma, 2007), hal. 34.

<sup>12</sup>Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Differentiation*. (Bandung: Mizan, 2004), hal. 11.

<sup>13</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 106.

Dalam diferensiasi produk, produk memiliki arti atau nilai bahwa perusahaan menciptakan suatu produk baru yang dirasakan oleh keseluruhan pelanggan sebagai produk yang unik dan berbeda. Dalam hal ini, produk yang dimaksud adalah mutu produk yang akan mendukung posisi produk dipasaran. Mutu dapat didefinisikan sebagai pembandingan dengan alternatif pesaing dari pandangan pasar. Mutu dapat dikatakan sebagai bagaimana produk itu disesuaikan dengan baik dan sesuai dengan yang digunakan, dan juga dipercaya selama berakhirnya waktu.

#### **4. Parameter Diferensiasi Produk**

Parameter diferensiasi produk menurut Philip Kotler dalam buku Manajemen Pemasaran terbitan tahun 2009, yaitu terdiri dari:

- a. Bentuk adalah ukuran, model, atau struktur fisik sebuah produk.
- b. Keistimewaan (*Furniture*) adalah karakteristik yang melingkupi fungsi dasar produk.
- c. Mutu kinerja (*Performance*) adalah tindakan yang mengadu pada level di mana karakteristik dasar itu beroperasi.
- d. Mutu kesesuaian (*Comformance quality*) adalah tingkat semua unit yang diproduksi adalah identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan.
- e. Daya tahan (*Durability*) adalah suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan atau berat, merupakan atribut yang berharga untuk produk-produk tertentu yang ditimbulkan oleh produk yang rusak atau gagal.

- f. Rancangan (*Design*) adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan.

## **B. Kinerja Karyawan**

### **1. Pengertian Kinerja Karyawan**

Terdapat beberapa pendapat mengenai pengertian kinerja. Kinerja berasal dari kata “kerja” atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *performance* yang berarti pelaksanaan, keberlangsungan, perbuatan dan prestasi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kinerja diartikan dengan kemampuan kerja, sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperlihatkan.<sup>14</sup>

Berikut pendapat para tokoh mengenai kinerja:

- a. Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma mendefinisikan istilah kinerja berasal dari kata *job performance* dan *actual performance* memiliki arti prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang.<sup>15</sup> Jadi kinerja merupakan sebuah pencapaian prestasi yang dilakukan selama melakukan pekerjaannya.
- b. Menurut Suryadi Prawirosentono, Kinerja dapat diartikan sebagai hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi, sesuai wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak

---

<sup>14</sup>Tim Penyusun Kamus Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke 3. (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hal. 570.

<sup>15</sup>Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hal. 199.

melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.<sup>16</sup> Kinerja merupakan suatu hasil yang digunakan untuk mengukur sebuah prestasi yang dimiliki oleh karyawan.

- c. Menurut Stoner dan Freeman bahwa kinerja perusahaan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas aktivitas yang dilakukan perusahaan.
- d. Kinerja menurut Simamora adalah tingkat dimana karyawan mencapai persyaratan pekerjaan. Dan kinerja menurut As'ad adalah hasil yang dicapai oleh seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan.<sup>17</sup> Kinerja merupakan sebuah hasil dari sebuah pekerjaan yang dijalankannya.
- e. Menurut Mangkunegara, kinerja adalah hasil kerja yang secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.<sup>18</sup> Kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan, hal ini sesuai dengan pernyataan Keith Davis bahwasannya faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi (*motivation*).

Kinerja adalah suatu konsep yang berbasis universal dan merupakan efektifitas operasional karyawannya berdasarkan standar kriteria yang telah

---

<sup>16</sup>Suryadi Prawirosentono, *Kebijakan Kinerja Karyawan*. (Yogyakarta: BPFE, 1999), hal. 1-2

<sup>17</sup>Asri Laksmi Riani, *Manajemen Sumber Daya Manusia Masa Kini*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 61.

<sup>18</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 67.

ditetapkan sebelumnya.<sup>19</sup> Karena pada dasarnya organisasi dijalankan oleh manusia, maka kinerja sesungguhnya merupakan perilaku manusia dalam memainkan peran yang mereka lakukan di dalam suatu organisasi untuk tindakan dan hasil yang diinginkan.

Menurut Gomes kinerja menyatakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab yang diberikan kepadanya.<sup>20</sup> Batasan mengenai kinerja sebagai catatan outcome yang dihasilkan dari fungsi suatu pekerjaan tertentu atau kegiatan selama suatu periode waktu tertentu. Performance diterjemahkan menjadi Kinerja, Juga berarti prestasi kerja, pelaksanaan kerja, pencapaian kerja atau hasil/unjuk/kerja/penampilan kerja.<sup>21</sup> Berdasarkan pendapat di atas menyimpulkan bahwa kinerja adalah sebagai hasil kerja yang telah dicapai seseorang dari tingkah laku kerjanya dalam melaksanakan aktivitas kerja.<sup>22</sup> Dari beberapa definisi di atas kinerja merupakan sebuah hasil pencapaian baik dari kualitas atau kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam mencapai prestasi kerja yang diharapkan.

Suatu organisasi atau instansi tidak mungkin berjalan tanpa adanya karyawan, sebab bagaimanapun karyawan adalah tumpuan organisasi atau instansi dalam mencapai tujuan. Pada umumnya setiap organisasi kerja mengharapkan agar karyawannya memperoleh hasil yang memuaskan dalam pekerjaannya. Agar karyawan mempunyai kinerja sebagaimana diharapkan

---

<sup>19</sup>Winardi, *Perilaku Konsume*. (Bandung: 1996), hal. 44.

<sup>20</sup>Faustino Gomes, *Manajemen Sumber..*, hal. 135.

<sup>21</sup>Sedarmayanti Siswanto, *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negri Sipil*. (Bandung: PT.Refika Aditama, 2013), hal. 50.

<sup>22</sup>Faustino Gomes, *Manajemen Sumber..*, hal. 165.

oleh organisasi maka diperlukan usaha yang tepat untuk memberdayakan para karyawan tersebut, dengan kinerja karyawan yang tinggi diharapkan dapat memberikan sumbangan yang sangat berarti bagi kinerja dalam kemajuan organisasi. Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tetapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan dipengaruhi oleh keinginan, lingkungan, dan tepat waktu.

Menurut Hasibuan, bila dikaitkan dengan kerja maka dikenal istilah prestasi kerja yaitu merupakan hasil yang dicapai seseorang ketika mengerjakan tugas atau kegiatan tertentu (bekerja).<sup>23</sup> Prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu. Prestasi kerja merupakan gabungan dari tiga faktor penting, yaitu kemampuan dan minat seorang pekerja, kemampuan dan penerimaan atas penjelasan delegasi tugas, serta peran dan tingkat motivasi seorang pekerja. Semakin tinggi ketiga faktor diatas, semakin besarlah prestasi kerja karyawan tersebut.

Gomes lebih lanjut menjelaskan terdapat dua kriteria pengukuran performansi atau kinerja karyawan, yaitu (1) pengukuran berdasarkan hasil akhir (*result-based performance evaluation*); dan (2) pengukuran berdasarkan perilaku (*behaviour based performance evaluation*). Pengukuran berdasarkan hasil, mengukur kinerja berdasarkan pencapaian tujuan organisasi atau mengukur hasil-hasil akhir saja. Tujuan organisasi ditetapkan oleh pihak

---

<sup>23</sup>Malayu SP Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi. (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal. 94.

manajemen atau kelompok kerja, kemudian karyawan dipacu dan dinilai performanya berdasarkan seberapa jauh karyawan mencapai tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan. Kriteria pengukuran ini mengacu pada konsep *management by objective* (MBO). Keuntungan pengukuran kinerja karyawan seperti ini adalah adanya kriteria-kriteria dan target kinerja yang jelas dan secara kuantitatif dapat diukur. Namun demikian, kelemahan utama adalah dalam praktek kehidupan organisasi, banyak pekerjaan yang tidak dapat diukur secara kuantitatif sehingga dianggap mengabaikan dimensi-dimensi kinerja yang sifatnya non kuantitatif.

Pengukuran berdasarkan perilaku lebih menekankan pada cara atau sarana (*means*) dalam mencapai tujuan, dan bukan pada pencapaian hasil akhir. Pengukuran berdasarkan perilaku condong pada aspek kualitatif daripada aspek kuantitatif yang terukur. Pengukuran berdasarkan perilaku umumnya bersifat subyektif dimana diasumsikan karyawan dapat menguraikan dengan tepat kinerja yang efektif untuk dirinya sendiri maupun untuk rekan kerjanya. Pengukuran berdasarkan perilaku mendapat perhatian luas dari penelitian-penelitian mengenai perilaku organisasi dan sumber daya manusia karena terbukti skala pengukuran subyektif mempunyai konsistensi (*reliabilitas*) yang tidak kalah dengan pengukuran obyektif. Kelemahan utama kriteria pengukuran ini adalah rentan terhadap bias pengukuran karena kinerja diukur berdasarkan persepsi.

Untuk mengatasi hal tersebut, Babin dan Boles, Bono dan Judge serta Sing menyarankan penggunaan instrumen yang mengukur kinerja dari banyak



aspek perilaku spesifik, seperti perilaku inovatif, pengambilan inisiatif, tingkat potensi diri, manajemen waktu, pencapaian kuantitas dan kualitas pekerjaan, kemampuan diri untuk mencapai tujuan, hubungan dengan rekan kerja dan pelanggan, dan pengetahuan akan produk perusahaannya serta produk pesaing (*product knowledge*). Cara ini menurut Judge dan Bono selain ditujukan untuk mengatasi bias pengukuran juga dimaksudkan untuk mengakomodir ukuran-ukuran kinerja yang sangat luas, sehingga diperoleh gambaran *job performance* yang komprehensif.

Aspek-aspek yang digunakan mengukur kinerja menurut Simamora adalah:<sup>24</sup>

1. Kuantitas kerja yaitu pencapaian kinerja karyawan yang dapat terlihat pada diri karyawan itu sendiri pada saat bekerja, yang meliputi ketetapan waktu dalam mengerjakan pekerjaan, ketelitian dalam mengerjakan tugas dan juga terampil dalam mengerjakan tugas.
2. Kualitas kerja adalah pencapaian kinerja karyawan yang diukur atas hasil pekerjaan yang dicapai pekerja dalam bekerja, kualitas kerja juga dapat diukur oleh output atau hasil kerja dibandingkan dengan standar output yang telah ditetapkan perusahaan.
3. Pengetahuan tentang pekerjaan, yaitu luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan ketrampilan.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Yogyakarta: STIE YKPN, 2006), hal. 338.

<sup>25</sup>Suharto dan Budhi Cahyono, *Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia di Sekretariat DPRD Propinsi Jawa Tengah*, Jurnal Ekonomi I Januari. (Jateng: Jurnal Tidak di Terbitkan, 2005, hal. 15.

4. Pendapat atau pernyataan yang disampaikan, yaitu keaktifan menyampaikan pendapat di dalam rapat.
5. Perencanaan kerja, yaitu kegiatan yang dirancang sebelum melaksanakan aktifitas pekerjaannya.

Mathis dan Jackson lebih lanjut memberikan standar kinerja seseorang yang dilihat kuantitas output, kualitas output, jangka waktu output, kehadiran di tempat kerja dan sikap kooperatif.<sup>26</sup> Standar kinerja tersebut ditetapkan berdasarkan kriteria pekerjaan yaitu menjelaskan apa-apa saja yang sudah diberikan organisasi untuk dikerjakan oleh karyawannya, oleh karena itu kinerja individual dalam kriteria pekerjaan haruslah diukur, dibandingkan dengan standar yang ada dan hasilnya harus dikomunikasikan kepada seluruh karyawan. Mathis dan Jackson juga menjelaskan standar kinerja dapat berupa output produksi atau lebih dikenal dengan standar kinerja numerik dan standar kinerja non numerik.<sup>27</sup> Jadi, standar kinerja dari seorang karyawan merupakan sebuah hasil kuantitas dan kualitas yang dia dapatkan selama bekerja.

Menurut Islam Kinerja terdapat dalam al-Qur'an surat An Nahl ayat 93 yang berbunyi

وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ  
وَلِنُسْأَلَنَّ عَمَّا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ٩٣

Artinya: “dan kalau Allah menghendaki, niscaya Dia menjadikan kamu satu umat (saja), tetapi Allah menyesatkan siapa yang dikehendaki-Nya

---

<sup>26</sup>R.L. Mathis dan Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jilid 1 dan 2 Alih bahasa: Bayu Brawira. (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal. 78.

<sup>27</sup>*Ibid.*, hal. 81.

*dan memberi petunjuk kepada siapa yang dikehendaki-Nya.<sup>28</sup> Dan Sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang telah kamu kerjakan". (QS. An Nahl: 93)*

Manusia adalah makhluk Tuhan paling sempurna yang diciptakan oleh Allah SWT, dengan segala akal dan pikirannya, manusia harus berusaha mencari solusi hidup yaitu dengan bekerja keras mengharapkan Ridho Allah SWT. Dengan bekerja kita akan mendapatkan balasan yang akan kita terima, apabila seseorang memposisikan pekerjaannya dalam dua konteks, yaitu kebaikan dunia dan kebaikan akhirat, maka hal itu disebut rizeki dan berkah dan hasil pekerjaan yang baik adalah yang dikerjakan dengan penuh tanggung jawab dan sesuai dengan ajaran-ajaran Rasulullah SAW.

### **C. Kepuasan Anggota**

#### **1. Pengertian Kepuasan Anggota**

Kepuasan anggota merupakan kunci utama untuk dapat memenangkan persaingan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada anggota melalui produk dan jasa yang berkualitas. Semakin tinggi tingkat kepuasan anggota, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena anggota akan melakukan pemakaian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan anggota kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa anggota tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Menurut Philip Kotler menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya

---

<sup>28</sup>Mohamad Rais, dkk, *The Noble: Mushaf Al-Qur'an Tafsir Perkata Kode Tajwid Dengan Kajian Umum Lengkap*, (Depok: Nelja (Grub Insan Media Pustaka), 2012), hlm. 277.

terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas.<sup>29</sup> Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Menurut Tse dan Wilton dalam Lupiyoadi menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Engel menyatakan kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Dari berbagai definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan anggota respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa atau kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

---

<sup>29</sup>Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Indonesia : PT INDEKS, Edisi 12, 2007), hal. 179.

## 2. Metode Mengukur Kepuasan Nasabah

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan sangat penting bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat digunakan sebagai pengembang peningkatan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Tjiptono menyatakan ada empat metode yang dapat dijadikan acuan mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

### a) Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggan-nya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggan-nya langsung.

### b) *Ghost Shopping*

Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk- produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga bisa mengamati cara

penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya

c) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur. Dengan adanya peningkatan customer lost rate maka menunjukkan adanya kegagalan dari pihak perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggannya

d) Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei kepada pelanggan oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap para pelanggannya.

### **3. Hubungan Difrensiasi Produk terhadap Kepuasan**

Menurut Andri Fadilah dalam skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti, Kualitas Pelayanan Periphera Dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BANK BUKOPIN Semarang)” tahun 2013 menyatakan Hasil penelitian menunjukkan

bahwa variabel diferensiasi produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>30</sup>

Menurut Anwar Ashari dalam skripsi berjudul “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang) Tahun 2009 Halaman 60 menyatakan bahwa berdasarkan perhitungan untuk variabel diferensiasi berbasis bentuk produk diperoleh koefisien regresi sebesar 0,534. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh  $t_{hitung} = 3,052$  dengan nilai p value  $0,003 < 0,05$ , hal ini berarti bahwa variabel diferensiasi berbasis bentuk produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Jadi H2 yang menyatakan “Ada pengaruh diferensiasi berbasis bentuk produk terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Honda” diterima.<sup>31</sup>

#### **4. Hubungan Kinerja karyawan terhadap Kepuasan**

Menurut Eno Virgiawansyah, Bambang Budi Utomo dan Rum Rosyid dalam jurnal berjudul “ *Pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen*” tahun terbitan 2015 menyatakan bahwa pada Bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Kinerja karyawan pada CV.

---

<sup>30</sup>Andri Fadilah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti, Kualitas Pelayanan Peripheral Dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah*. (Semarang: Skripsi Studi Pada Nasabah PT. BANK BUKOPIN, 2013), hal. 37. Diakses pada <http://eprints.undip.ac.id/40211/1/FADILAH.pdf> tanggal 29 agustus 2017 pukul: 10.00 WIB

<sup>31</sup>Anwar Ashari, *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda*. (Semarang: Skripsi Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri, 2009), hal. 60. Diakses pada <http://lib.unnes.ac.id/2093/1/4221.pdf> tanggal 29 agustus 2017 pukul: 10.00 WIB

Tritama Rental Mobil Pontianak dalam kategori baik berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa variabel kinerja karyawan memiliki koefisien regresi sebesar 0,197 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t hitung sebesar 2,318 dengan tingkat signifikansi 0,023 ( $< 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian Hipotesis yang menyatakan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.<sup>32</sup>

## 5. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Frendy Prasetya tahun 2011 yang berjudul “Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian” dengan hasil sebagai berikut: Secara parsial variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan di mana promosi memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian dibanding variabel lain, sedangkan variabel positioning memiliki pengaruh paling kecil terhadap keputusan pembelian. Secara simultan atau bersama-sama, variabel diferensiasi, promosi, dan positioning berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu oleh Jummaini tahun 2013 yang berjudul “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing pada Distro dan Butik” dengan hasil : Faktor diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan,

---

<sup>32</sup>Eno Virgiawansyah, Bambang Budi Utomo dan Rum Rosyid, *Pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen*. ( Jurnal: 2015), hal. 12. Diakses pada <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/15636/13743> tanggal 29 agustus 2017 pukul: 10.00 WIB



diferensiasi merek dan diferensiasi harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada distro dan butik.

Penelitian terdahulu menurut Andri Fadilah tahun 2013 yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti, Kualitas Pelayanan Peripherals Dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Nasabah” dengan hasil: Penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji F dan uji T.

Penelitian terdahulu menurut Didik Darmawa tahun 2005 yang berjudul “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Kesetiaan Pelanggan” dengan hasil : Kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. selanjutnya kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

Tabel 1.2  
Kajian Penelitian Terdahulu

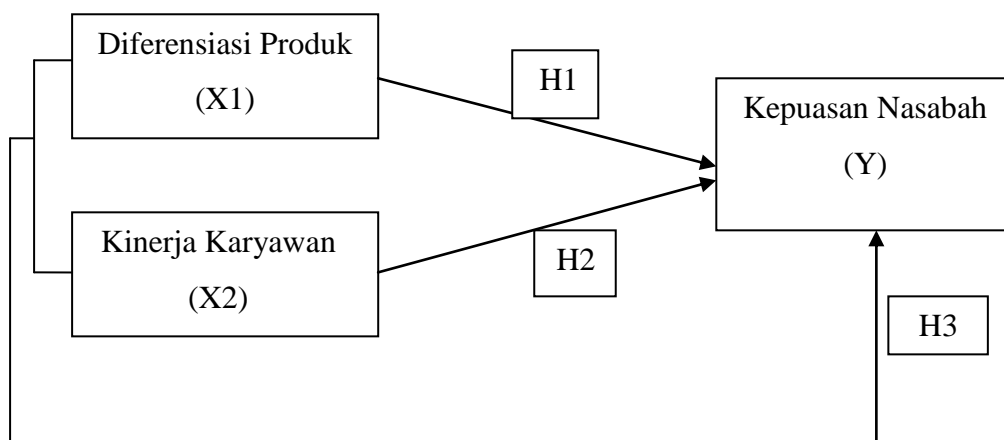
Nama/ Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Frendy Prasetya (2011)	Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Semarang)	1. Secara parsial variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan di mana promosi memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian dibanding variabel lain, sedangkan variabel positioning memiliki pengaruh paling kecil terhadap keputusan pembelian. 2. Secara simultan atau bersamaan, variabel diferensiasi, promosi, dan positioning berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	Sama-sama menggunakan dan meneliti tentang X1 yaitu Diferensiasi	Dalam penelitian ini lebih cenderung meneliti: diferensiasi, promosi dan positioning terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian saya lebih cenderung meneliti adakah pengaruh diferensiasi produk, kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah
Jummani (2013)	Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan	Faktor diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan,	Dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang	Dalam penelitian ini lebih cenderung meneliti

	Bersaing pada Distro dan Butik di Kota Lhokseumawe.	diferensiasi merek dan diferensiasi harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada distro dan butik.	Diferensiasi Produk	adakah pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing Sedangkan dalam penelitian saya saya fokuskan pada diferensi produk, kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah
Andri fadilah 2013	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti, Kualitas Pelayanan Peripheral Dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Semarang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji f dan uji t	Sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan assosiatif	Penelitian ini lebih fokus pada analisis yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan inti,kualitas pelayanan peripherl dan diferensiasi produk. Sedangkan dalam penelitian saya saya fokuskan pada diferensi produk, kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah
Didik Darma wa 2005	Pengaruh Kinerja karyawan terhadap	Kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan	Dalam penelitian ini sama-sama membahas	Objek penelitian

	kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan	terhadap kepuasan pelanggan. selanjutnya kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan	tentang kinerja karyawan dan kepuasan nasabah	
--	---	---	---	--

Sumber : Anwar Ashari (2009) hal. 60, Andri Fadilah (2013) hal. 37, Eno Virgiawansyah, Bambang Budi Utomo dan Rum Rosyid (2015) hal. 12

## 6. Kerangka Berfikir Penelitian



Dari kerangka diatas peneliti menganalisa mengenai pengaruh diferensiasi produk dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah. Dengan meningkatnya diferensiasi produk dan kinerja karyawan maka KSPPS BTM Surya Madinah berharap dapat meningkatkan pula kepuasan nasabah pada KSPPS BTM Surya Madinah tersebut. Yang pertama dimulai dari analisa pengaruh difrensiasi produk terhadap kepuasan nasabah. Kemudian pengaruh

kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah dan yang terakhir analisa mengenai pengaruh diferensiasi produk dan kinerja karyawan secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan nasabah.

## 7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu dugaan yang sifatnya masih sementara atau pernyataan berdasarkan pengetahuan tertentu yang masih lemah dan masih dibuktikan kebenarannya.

### a) Hipotesis 1

$H_0$  : Diferensiasi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah Kantor Pelayanan Rejotangan.

$H_1$  : Diferensiasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah Kantor Pelayanan Rejotangan.

### b) Hipotesis 2

$H_0$  : Kinerja karyawan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah Kantor Pelayanan Rejotangan.

$H_1$  : Kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah Kantor Pelayanan Rejotangan.

## c) Hipotesis 3

$H_0$  : Diferensiasi produk dan kinerja karyawan secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah Kantor Pelayanan Rejotangan .

$H_1$  : Diferensiasi produk dan kinerja karyawan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah Kantor Pelayanan Rejotangan.