Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik

***Rendy Zulfikar Dwiantoro, Haryono, Nurul Imamah**

Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

DOI: 10.46821/ekobis.v1i2.28

ABSTRAK

Produk tabungan yang berkualitas menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung. Dalam menawarkan produk harus diiringi dengan pelayanan yang memuaskan sehingga akan memberikan kepercayaan bagi nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung nasabah bank jatim KCP Driyorejo Gresik. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah yang bank jatim KCP Driyorejo Gresik dengan 96 orang dijadikan sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan ialah dengan analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis yaitu uji F dan uji t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas produk tabungan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap minat menabung.

Kata kunci : Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Minat Menabung

ABSTRACT

A quality savings product is one of the factors that can influence saving. In offering a product, it must be accompanied by a satisfactory service so that it will provide trust for customers. This study aims to determine the effect of savings product quality, service quality and trust in customer saving interests of Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik. This study uses a survey method by distributing questionnaires. The population of this study are customers of the Bank jatim KCP Driyorejo Gresik with 96 people being sampled. Sampling Technique using purposive sampling method. The analytical method used is multiple linear regression analysis with the hypothesis test that is the F test and t test. The results of this study indicate the quality of savings products, service quality and trust have a significant partially and simultaneously effect on saving interest.

Keywords : Planning, Empowerment and Development of Human Resources, Employee Performance

PENDAHULUAN

Meski industri perbankan di Indonesia mengalami perkembangan pesat, nilai tukar rupiah sepanjang pekan ini terbanting hingga 8% terhadap dolar Amerika Serikat (AS) dan bahkan menyentuh level psikologis Rp 16.000/US\$ atau kembali ke level ketika negeri ini terkena krisis moneter 1998. Mata Uang Rupiah sepanjang pekan pada bulan Maret 2019 senasib dengan mata uang negara-negara

di seluruh dunia, karena investor global tengah memburu dolar AS di tengah krisis corona yang kian memburuk. Rupiah mengalami tekanan berat memasuki bulan Maret 2020 ini. Berdasarkan data tersebut, maka kinerja perusahaan terutama perbankan harus berbenah dan evaluasi. Hal tersebut perlu dilakukan karena mau tidak mau adalah untuk perkembangan dan eksistensi perusahaan. Apalagi perkembangan usaha perbankan semakin ketat dikarenakan antara bank konvensional dan bank syariah terus menerus menciptakan kepuasan untuk nasabahnya. Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik merupakan salah satu kantor cabang Bank Jatim di Kota Gresik. Kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam kesuksesan dan kelancaran seluruh kegiatan di bank ini. Namun sebelum nasabah merasa puas, terlebih dahulu diperlukan minat dari nasabah dalam melakukan proses menabung di bank ini.

Minat menabung diartikan sebagai suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat disini merupakan minat nasabah yang dapat menjadi modal awal bagi lancarnya sebuah kegiatan perbankan (Alfiah dalam Gunawan, 2018: 3). Terdapat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menabung. Berbagai produk tabungan yang ditawarkan secara rinci dan berkualitas menjadi daya tarik bagi nasabah, selain itu faktor kualitas pelayanan dan kepercayaan dari nasabah juga menjadi hal yang penting.

Menurut Lau dan Lee dalam Tjiptono (2014: 398), kepercayaan atau trust merupakan merupakan salah satu faktor yang sangat krusial dalam membentuk loyalitas konsumen karena sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayai dan mengandalkan produk maupun jasa. Selain kepercayaan, kualitas produk menjadi faktor penting dalam mempengaruhi minat menabung nasabah. Menurut Malau (2017: 38), kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Setelah mengetahui produk-produk yang akan ditawarkan, kualitas pelayanan yang baik juga dapat menjadi faktor dalam memunculkan minat dari nasabah untuk menabung. Rusyidi (2017:39) mengartikan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Menurut Alfiah dalam Gunawan (2018: 3), minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Kepercayaan adalah suatu kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif (Crosby et al., dalam Setiawan dkk., 2016). Menurut Lau dan Lee dalam Tjiptono (2014: 398), kesediaan konsumen untuk mempercayai dan mengandalkan produk maupun jasa

dalam situasi resiko dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk/jasa bersangkutan dan akan memberikan hasil yang positif.

Syukron (2014:179) menyebutkan kualitas adalah suatu sebuah kata bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas dapat didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Handoko (2016: 54), Kualitas Pelayanan merupakan sebagai bentuk apresiasi usaha untuk mendapatkan tenaga kerja yang profesional sesuai dengan tuntutan jabatan diperlukan suatu pembinaan yang berkeseimbangan, yaitu suatu usaha kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggunaan, dan pemeliharaan tenaga kerja agar mampu melaksanakan tugas dengan efektif dan efisien.

Produk adalah segala sesuatu yang berupa barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, informasi, dan ide yang ditawarkan pasar kepada pelanggan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2018: 4). Menurut Trisnadi (2013), produk tabungan yang berkualitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung kembali, sehingga semakin menarik produk tabungan yang ditawarkan oleh bank maka akan semakin meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung. Dalam mendapatkan perhatian bagi manajemen bank harus membuat produk yang berinovasi dan bervariasi agar nasabah memutuskan untuk menabung kembali.

Kerangka Konseptual

Sumber: Data Diolah, 2020

Gambar 1
Kerangka Konsptual

Hipotesis Penelitian

- Bahwa variabel Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.
- Bahwa variabel Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.
- Bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel

Variabel Terikat (Y)

Minat Menabung

Menurut Yuliati dan Kurniawan (2015), indikator minat menabung nasabah pada bank adalah memutuskan untuk menabung di bank karena membaca iklan, memutuskan menabung di bank karena saran atau ajakan, mengetahui produk dan ketertarikan menabung.

Variabel Bebas (X)

Kualitas Produk Tabungan

Menurut Harnanto dan Zulkifli dalam Hasanah (2019), kualitas produk memiliki indikator yaitu kinerja (performance), fitur (feature), kehandalan (reability), kemampuan pelayanan (serviceability), kesesuaian spesifikasi (conformance with specification), ketahanan (durability), keindahan (estetika), kualitas reputasi (perceived quality).

Kualitas Pelayanan

Putribasutami dan Paramita (2018) mengemukakan bahwa indikator dari kualitas pelayanan pada perbankan dapat diukur melalui fasilitas yang dimiliki bank lengkap untuk melayani nasabah, karyawan bank memiliki sikap yang ramah dalam memberikan pelayanan, bank dapat dipercaya memberikan jaminan keamanan terhadap tabungan, pelayanan yang diberikan oleh pihak bank adalah cepat.

Kepercayaan

Kepercayaan terdiri dari 3 indikator menurut Pramana (2016), yakni kemampuan (Ability), kebaikan hati (Benevolence), integritas (Integrity).

Sampel dan Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik. Sampel ini diambil karena dalam penelitian ini tidak mungkin diteliti seluruh anggota populasi nasabah Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik sebanyak 96 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel dalam sebuah penelitian, termasuk dalam penelitian ini yang menggunakan teknik Probability Sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2015:123).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,412 + 0,394 X_1 + 0,283X_2 + 0,226X_3 + e$$

Nilai constant (Y) sebesar artinya jika variabel Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan akan berada pada angka 0,412. Atau jika tidak ada pengaruh dari variabel-variabel bebas Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan mengalami perubahan.

- a. Koefisien kualitas produk tabungan = 0,394
Jika variabel kualitas produk tabungan mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara kualitas pelayanan dan kepercayaan dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan minat menabung kembali sebesar 0,394
- b. Koefisien kualitas pelayanan = 0,283
Jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara kualitas produk tabungan dan kepercayaan dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan minat menabung kembali sebesar 0,283
- c. Koefisien kepercayaan = 0,226
Jika variabel kepercayaan mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan minat menabung kembali sebesar 0,226.

Analisa Koefisien Determinasi Simultan (R^2)

Pada Tabel 2 diperoleh nilai Adjusted RSquare = 0,571 = 57,1%. Ini menunjukkan berarti variabel bebas kualitas produk tabungan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi minat menabung sebesar 57,1% dan sisanya 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Tabel 1
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.412	.333		1.240	.218
Kualitas Produk Tabungan (X1)	.394	.086	.378	4.567	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.283	.063	.383	4.523	.000
Kepercayaan (X3)	.226	.070	.225	3.230	.002

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 2
Koefisien Determinasi Simultan (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.571	.24513

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Kualitas Produk Tabungan (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

b. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 3
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.779	3	2.593	43.152	.000 ^a
	Residual	5.528	92	.060		
	Total	13.307	95			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Kualitas Produk Tabungan (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

b. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.412	.333		1.240	.218
	Kualitas Produk Tabungan (X1)	.394	.086	.378	4.567	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.283	.063	.383	4.523	.000
	Kepercayaan (X3)	.226	.070	.225	3.230	.002

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data Diolah, 2020

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 43,152. Sedangkan dengan rumus hitung F tabel ($k;n-k-1$) yaitu (3;92) dengan probabilitas 0,05 diperoleh F tabel sebesar 2,70. Untuk menguji simultan menggunakan nilai signifikansi (sig.) dari output Anova diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 yang berarti dibawah 0,05 (alpha 5%). Hal ini berarti variabel kualitas produk tabungan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung.

Uji T

Dari Tabel 4, variabel kualitas produk tabungan mengenai uji t (parsial) ditunjukkan dengan hasil perhitungan t hitung yang menunjukkan nilai 4,567. Sedangkan diperoleh t tabel sebesar 1.98609 yang berarti t hitung > t tabel. Untuk uji parsial menggunakan nilai Signifikansi (Sig.) diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 yang berarti dibawah 0,05 (alpha 5%). Variabel kualitas pelayanan mengenai uji t (parsial) ditunjukkan dengan hasil perhitungan t hitung yang menunjukkan nilai 4,532. Sedangkan diperoleh t tabel sebesar 1.98609 yang berarti t hitung > t tabel. Untuk uji parsial menggunakan nilai Signifikansi (Sig.) diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 yang berarti dibawah 0,5 (alpha 5%). Variabel kepercayaan mengenai uji t (parsial) ditunjukkan dengan hasil perhitungan t hitung yang

menunjukkan nilai 3,230. Sedangkan diperoleh t tabel sebesar 1,98609 yang berarti t hitung $>$ t tabel. Untuk uji parsial menggunakan nilai Signifikansi (Sig.) diperoleh nilai Sig. sebesar 0,002 yang berarti dibawah 0,05 (alpha 5%).

Variabel Yang Berpengaruh Dominan

Dari Tabel 4, menunjukkan variabel kualitas produk tabungan memiliki koefisien beta sebesar 0,378 atau 37,8%, variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien beta sebesar 0,383 atau 38,3% dan variabel kepercayaan memiliki koefisien beta sebesar 0,225 atau 22,5%. Ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien beta terbesar diantara variabel bebas lainnya yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menabung.

Pembahasan

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Siriger, 2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padang Sidempuan yang menyebutkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam penelitian ini terbukti kebenarannya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Winarno dkk (2019), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Sudirman Balikpapan. Sesuai penelitian yang dilakukan dengan Winarno dkk (2019), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dalam penelitian ini terbukti kebenarannya. Penelitian ini sejalan dengan dengan penelitian terdahulu Khotimah (2018), yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat pelanggan menabung di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik. Sehingga, sesuai Khotimah (2018), yang menyebutkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pelanggan menabung dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

SIMPULAN

Terdapat pengaruh secara simultan Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung. Dapat disimpulkan bahwa jika Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan ditingkatkan secara bersama-sama maka Minat Menabung akan meningkat. Untuk variabel produk terdapat pengaruh secara parsial terhadap Minat Menabung sebesar 0,378. Untuk variabel Religiusitas terdapat pengaruh secara parsial terhadap Minat Menabung sebesar 0,383. Untuk variabel Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh secara parsial terhadap Minat Menabung sebesar 0,225. Diantara ketiga variabel yaitu Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan variabel yang paling dominan mempengaruhi Minat Menabung adalah variabel Kualitas Produk Tabungan dengan besarnya pengaruh 0,378 terhadap Minat Menabung. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut: a) karena kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menabung, maka Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik harus menjaga dan mengevaluasi kualitas pelayanan agar minat menabung nasabah terus

meningkat sehingga berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan. b) bagi peneliti selanjutnya hendaknya peneliti lebih lanjut dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat menabung nasabah. Sehingga, dapat menjadikan penelitian yang lebih luas dan hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, Fahmi. 2018 *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Handoko, T. Hani. 2016. *Manajemen Edisi kedua*. Yogyakarta :BPFE-Yogyakarta
- Hasanah, Fadhilatul. 2019. Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *Jurnal Magister*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing 15th edition*. Global Edition Pearson
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta
- Pramana, I Gede Y. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol.5 No.1
- Putribasutami, Cindhy., Paramita Sista R.A. 2018. Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.6 No.3
- Rusyidi, Muhammad. 2017. *Customer Excellence*. Jakarta: Gosyen Publishing Dessler
- Setiawan, H., Magdalena, Maria M., & Fathoni, A. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management* Vol.2 No.2
- Rusyidi, Muhammad. 2017. *Customer Excellence*. Jakarta: Gosyen Publishing Dessler
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Syukron, Amin. 2014. *Pengantar Manajemen Industri*. Jakarta: Graha Ilmu

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Trisnadi, Dedy. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga (Studi Kasus PT Bank Cimb Niaga Tbk Bintaro). *Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol.3 No.3

Yuliati dan Kurniawan, Ignatius S. 2016. Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur. *Jurnal Manajemen* Vol.6 No 2