

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan Promosi serta Minat Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Pemalang

Putranto Hari Widodo¹⁾

¹⁾ STIE Assholeh Pemalang
E-mail: putrantohw@gmail.com

Suripto²⁾

²⁾ STIE Assholeh Pemalang
E-mail: ripto72.legowo@yahoo.com

Abstract

This study entitled "Analysis of The Factors Affecting The Quality of Services and The Promotion and Customers' Interest in Deciding Savings in Bank Savings and Loans Unit Danamon Pemalang" (The case study of danamon bank saving and loan unit pemalang). The purpose of this study was to determine and analyze the effect of significantly variable location of the decision customer savings, promotion to the decision variable customer savings, variable interest rate decision to customer savings and variable service to the customer savings decision. In this research using accidental sampling method, which is a technique-based sample determination or spontaneity factor coincidence and random sampling method, namely sampling on the basis of certain considerations, among respondents who are customers of the institution at least 1 year. The testing in this study conducted by validity, reliability, classical assumptions, multiple linear analysis and hypothesis testing in the form of t test and F test. With multiple linear regression analysis in this study showed $b_1 = -0.129$ variables showed a negative influence Location (X_1) to the Customer Decision Saving, $b_2 = 0,016$ variables showed significant influence Promotion (X_2) to the Customer Decision Saving, $b_3 = 0.757$ show influence a significant variable interest rate (X_3) against Decision Customer Savings and $b_4 = -0.094$ variables showed a negative influence Services (X_4) against Decision Customer Savings. To test the hypothesis partially used t test, obtained t_{count} for variable location (X_1) is -1.759 , variable Promotions (X_2) of 0.178 , a variable interest rate (X_3) of 8.528 and a variable Services (X_4) of -0.654 with criteria t tabel amounting to $1,990$ were used in this test. From the F test results obtained F_{count} 20.046 with a significance level of 0.000 was much smaller than 0.05 and greater than F_{table} of 2.49 . Determinant coefficient (R^2) of 51.0% , which means that the variable Saving Decision Customer Area affected by variable factors, variables Promotion, variable interest rate and variable service while the remaining 49.0% is influenced by other factors outside the model equations.

Keywords: *saving decision customer, location, promotion, interest rate, service*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang cukup pesat dan meningkatnya kebutuhan manusia semakin beraneka ragam seperti bertambah kemakmuran masyarakat semakin bertambah pula kebutuhan akan barang dan jasa. Untuk memenuhi kebutuhan manusia yang beraneka ragam tersebut bank sebagai lembaga keuangan mempunyai fungsi sebagai lembaga yang ikut andil dalam menghimpun dana masyarakat dan sebagai sumber dana untuk masyarakat. Pesatnya pertumbuhan bank-bank di Indonesia menyebabkan timbulnya persaingan yang ketat untuk memperebutkan pasar yang ada.

Dalam usaha perbankan, kualitas pelayanan memiliki daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk menentukan pilihannya terhadap suatu bank (Adlani, 2010:2). Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya (Maski, 2010:44)

Begitu halnya dengan Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang yang merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai fungsi untuk melayani pembiayaan dan simpanan masyarakat. Dengan banyaknya lembaga keuangan yang ada di berbagai daerah, maka lembaga keuangan tersebut perlu meningkatkan pelayanan agar nasabah termotivasi untuk menabung di lembaga keuangan tersebut. Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang sebagai lembaga keuangan yang dituntut untuk dapat menciptakan mitra kerja yang baik dengan memberikan pelayanan yang maksimal dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada para nasabah. Selain itu, Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang juga harus menciptakan citra yang baik dimata para nasabah dengan memberikan kepastian dalam pelayanan.

Jumlah nasabah Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan nasabah tetapi dalam peningkatan tersebut tidak sesuai yang di targetkan. Untuk data jumlah nasabah selama 5 (lima) tahun terakhir disajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1. Data Jumlah Nasabah Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Pemalang Tahun 2010 - 2014

| No. | Tahun | Jumlah |
|-----|-------|-------------|
| 1 | 2010 | 339 Nasabah |
| 2 | 2011 | 370 Nasabah |
| 3 | 2012 | 412 Nasabah |
| 4 | 2013 | 420 Nasabah |
| 5 | 2014 | 432 Nasabah |

Sumber : Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Pemalang

Menurut peneliti ada masalah-masalah yang harus diperhatikan untuk mendapatkan nasabah baru, diantaranya adalah bahwa lokasi Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang sudah strategis, di pinggir jalan sehingga dapat dijangkau dengan

mudah serta dekat dengan pusat kegiatan masyarakat yaitu pasar tetapi jauh dari jalan utama yang dilewati kendaraan umum. Sehingga bagi nasabah yang menggunakan kendaraan umum harus jalan kaki atau menggunakan sarana transportasi umum lain untuk menuju lokasi bank dari jalan utama. Didalam promosi Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang hanya memberikan promosi bagi nasabah yang datang ke bank saja, sehingga promosi tidak mengena kepada orang lain sebagai calon nasabah. Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang dalam memberikan suku bunga tabungan kecil yaitu bunga tabungan 10 juta 0,5%, 10 - 25 juta 1%, 25 - 50% 1,5% dan 50 – 100 juta 2%, jadi calon nasabah banyak yang mempertimbangkan dulu untuk memutuskan untuk menabung. Didalam pelayanan Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang memberikan layanan jemput bola bagi yang akan menabung / membayar angsuran, tetapi dalam layanan yang dilakukan teller baik pembukaan rekening atau penarikan tunai prosesnya masih lama dan terkadang terjadi kendala pada sistem yang menyebabkan para nasabah kurang nyaman.

Untuk mengevaluasi betapa pentingnya pengaruh lokasi, promosi, suku bunga dan pelayanan pada Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa dalam upaya mempengaruhi keinginan nasabah untuk memutuskan menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang, maka dilakukanlah penelitian ini.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan antara suku bunga terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan antara lokasi, promosi, suku bunga dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengertian Bank

Bank adalah sebuah lembaga atau perusahaan yang aktivitasnya menghimpun dana berupa giro, deposito tabungan dan simpanan lain dari pihak yang kelebihan dana (surplus spending unit) kemudian menempatkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (deficit spending unit) melalui penjualan jasa keuangan yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak. Pada pengertian diatas tampak sangat static, bank sebagai lembaga atau badan usaha. (Taswan, 2010: 6)

Manajemen Dana Bank

Pengertian Sumber Dana Bank

Pengertian sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat. Perolehan dana ini tergantung dari bank itu sendiri, apakah dari simpanan masyarakat atau dari lembaga lainnya. (Kasmir, 2003:45)

Dana yang Bersumber Bank Sendiri

Menurut Hadinoto (2008:56), perolehan dana dari sumber bank itu sendiri (modal sendiri) maksudnya adalah dana yang diperoleh dari dalam bank. Perolehan dana ini biasanya digunakan apabila bank mengalami kesulitan untuk memperoleh dana dari luar. Kemudian dana ini dapat pula dicari sesuai dengan tujuan bank.

Dana yang Berasal dari Masyarakat Luas

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencarian dana dari sumber ini relatif paling mudah jika dibandingkan dengan sumber lainnya. Mudah dikarenakan asal dapat memberikan bunga yang relatif lebih tinggi dan dapat memberikan fasilitas menarik seperti hadiah dan pelayanan yang memuaskan menarik dana dari sumber ini tidak terlalu sulit. Kemudian keuntungan lainnya dana yang tersedia di masyarakat tidak terbatas. Kerugiannya adalah sumber dana dari sumber ini relatif lebih mahal jika dibandingkan dari dana sendiri baik untuk biaya bunga maupun biaya promosi. (Kasmir, 2003:47-48). Menurut Kasmir (2008:57), untuk memperoleh dana dari masyarakat luas bank dapat menggunakan tiga macam jenis simpanan (rekening). Masing-masing jenis simpanan memiliki keunggulan tersendiri, sehingga bank harus pandai dalam menyiasati pemilihan sumber dana. Sumber dana yang dimaksud adalah :

- 1) Simpanan Giro
- 2) Simpanan Tabungan
- 3) Simpanan Deposito

Dana yang Bersumber dari Lembaga Keuangan, Baik Berbentuk Bank maupun Non Bank.

Menurut Suyanto (2007:45-47), pada umumnya dana yang berasal dari lembaga keuangan ini diperoleh bank sebagai pinjaman baik dalam jangka pendek maupun panjang sesuai dengan kebutuhan dari bank peminjam, lembaga keuangan disini diartikan secara luas yaitu yang berbentuk bank maupun bukan bank. Demikian pula dapat berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Dan yang termasuk berasal dari lembaga keuangan antara lain Kredit likuiditas bank Indonesia, Call money, Pinjaman antar bank, Penerimaan dana luar negeri dan dana valuta asing, Fasilitas diskonto dalam rupiah, dan Surat Berharga Pasar Uang (SBPU)

Pemasaran Bank

Pengertian Pemasaran bank

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. (Kashmir: 2005: 63)

Tujuan Pemasaran Bank

Menurut Kashmir (2005: 66) secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk :

- 1) Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- 2) Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.
- 3) Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- 4) Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

Keputusan Menabung

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penelitian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. (Kotler dalam Wiwik, 2013: 85)

Lokasi

Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi penyedia jasa, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum pelayanan jasa dimulai. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan bada usaha. Lokasi lebih tegas berarti tempat secara fisik (Sriyadi, 2006:60).

Promosi

Menurut Assauri (2011:264), promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah untuk menciptakan permintaan atas suatu produk/jasa. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. (Kashmir, 2008: 155).

Suku Bunga

Bunga merupakan salah satu instrumen moneter yang selalu digunakan dalam berbagai kebijakan moneter konvensional yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Menurut Rahmat dan Maya (2011:101), bunga merupakan suatu bentuk penghasilan bagi pemilik uang yang karena pengorbanannya selama waktu tertentu untuk melepaskan kesempatan untuk tidak menggunakan uang tersebut karena digunakan oleh pihak lain, sedangkan menurut Kasmir (2012:154), suku bunga merupakan balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya.

Pelayanan

Menurut Kotler (2008) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi

tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Menurut Hidayat (2009) Menurut Zulpahmi (2010) dalam penelitian Yupitri (2012) mengatakan faktor-faktor mempengaruhi nasabah yaitu pelayanan yang cepat dan efisien, Sumber Daya Manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah.

Hipotesis

- H1 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.
- H2 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.
- H3 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel suku bunga terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.
- H4 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.
- H5 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel lokasi, promosi, suku bunga dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Pemalang pada tahun terakhir diketahui bahwa jumlah nasabah Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Pemalang sebanyak 432 nasabah. Berdasarkan perhitungan menggunakan pendekatan slovin, (Umar, 2005:78). jumlah sampel minimal yang harus diambil 81,2 yang kemudian dibulatkan menjadi 82 responden. Dalam pemilihan sampel ini menggunakan *accidental sampling* dan *purposive sampling*. *Accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas atau kebetulan, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai data (sugiyono, 2006:60). Sedangkan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel atas dasar pertimbangan tertentu, diantaranya responden yang telah menjadi nasabah Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang minimal 1 tahun. Dalam metode ini pengambilan sampel secara random artinya, semua populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel yang selanjutnya dijadikan sebagai responden.

Teknik Analisis

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke bentuk yang lebih mudah dibaca dan diterapkan. Metode yang dipilih untuk menganalisis harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti sehingga untuk penelitian ini dipilih teknis kualitatif dan teknik kuantitatif menggunakan perhitungan SPSS 17 yang akan digunakan dalam model dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN ANALISIS

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner dikatakan tidak valid. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Penelitian ini menunjukkan semua variabel dinyatakan signifikan dan menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini secara valid mengukur apa yang seharusnya diukur dalam model yang dikembangkan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Dari hasil perhitungan program SPSS 17.0 yang dapat dilihat pada lampiran 6 diperoleh nilai r_{hitung} untuk masing-masing variabel, dibawah ini dapat dilihat tabel rangkuman uji reliabilitas dari masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 2. Rangkuman Hasil Analisis Uji Reliabilitas dari Masing-Masing Variabel

| Variabel | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------------|--------------|-------------|------------|
| Lokasi (X_1) | 0,653 | 0,217 | Reliabel |
| Promosi (X_2) | 0,644 | 0,217 | Reliabel |
| Suku Bunga (X_3) | 0,270 | 0,217 | Reliabel |
| Pelayanan (X_4) | 0,450 | 0,217 | Reliabel |
| Keputusan Nasabah (Y) | 0,789 | 0,217 | Reliabel |

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel 2 diatas dapat disimpulkan, untuk item pertanyaan variabel Lokasi (X_1) sebesar 0,653 sedangkan r_{tabel} pada $n=82$ untuk tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan ($n-2$) untuk n sebesar $82-2=80$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,217. Pengujian reliabilitas item pertanyaan variabel Lokasi (X_1) yaitu, $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,653 > 0,217$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan variabel Lokasi (X_1) adalah reliabel. Pengujian reliabilitas item pertanyaan variabel Promosi (X_2) yaitu, $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,644 > 0,217$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan variabel Promosi (X_2) adalah reliabel. Pengujian reliabilitas item pertanyaan variabel Suku Bunga (X_3) yaitu, $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,270 > 0,217$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan variabel Suku Bunga (X_3) adalah reliabel. Pengujian reliabilitas item pertanyaan variabel Pelayanan (X_4) yaitu, $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,450 > 0,217$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan variabel Pelayanan (X_4) adalah reliabel. Dan pengujian reliabilitas item pertanyaan variabel Keputusan Nasabah (Y) yaitu, $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,789 > 0,217$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan variabel Keputusan Nasabah (Y) adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data yang mengikuti atau mendekati distribusi normal, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogrov-Smirnov. Dengan menggunakan tingkat signifikan 5%, maka jika nilai Asymp.sig (2-tailed) diatas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-----------------------|
| | | Standardized Residual |
| N | | 82 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .97499604 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .080 |
| | Positive | .080 |
| | Negative | -.070 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .726 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .667 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk Asymp.sig (2-tailed) diatas nilai signifikan 5% atau ($\text{sig.} > 0,05$) nilai sig. $0,667 > 0,05$ artinya variabel residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana antara variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien tertinggi atau bahkan 1). Deteksi model regresi yang bebas dari multikolinear dengan cara mendeteksi besarnya VIF (*Variance Inflation Fraction*) yang mempunyai nilai VIF dibawah angka 10 dan mendekati angka *tolerance* yang mendekati angka 1. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF yang terdapat pada masing-masing variabel seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | |
|---------------------------|-------------------------|-------|
| Model | Collinearity Statistics | |
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| Lokasi (X1) | .988 | 1.012 |
| Promosi (X2) | .834 | 1.199 |
| Suku Bunga (X3) | .972 | 1.029 |
| Pelayanan (X4) | .846 | 1.182 |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika mempunyai nilai *tolerance* dibawah 1 dan nilai VIF jauh dibawah angka 10. Dari tabel tersebut diperoleh bahwa semua variabel bebas memiliki nilai toleransi berada dibawah 1 dan VIF jauh dibawah angka 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghjozali, 2006:105). Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* dengan mengambil keputusan jika variabel independent signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependent, maka ada indikator terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikannya diatas 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -.301 | 1.378 | | -.218 | .828 |
| | Lokasi_(X1) | .086 | .046 | .205 | 1.877 | .064 |
| | Promosi (X2) | -.025 | .043 | -.068 | -.570 | .570 |
| | SUku Bunga (X3) | -.115 | .083 | -.151 | -1.377 | .172 |
| | Pelayanan (X4) | .095 | .068 | .165 | 1.401 | .165 |

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel perhitungan tabel 5 diatas menunjukkan tidak ada gangguan masalah heteroskedastisitas yang terjadi dalam proses estimasi parameter penduga, dimana nilai signifikan (sig) lebih dari 0,05 ($p > 0,05$).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson.

Tabel 6. Uji Durbin Watson

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .714 ^a | .510 | .485 | .4164 | 1.768 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X4), Suku Bunga (X3), Lokasi (X1), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel 6 diatas, hasil analisis regresi linier diatas diperoleh nilai hitung Durbin-Watson sebesar 1,768. Berdasarkan metode pengujian Durbin-Watson (DW),

jika nilai DW berada pada selang $du < d < (4-du) = 1,744 < 1,768 < 2,256$ dengan nilai du 1,744 (lampiran 12 : tabel durbin watson), maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi, dengan demikian asumsi autokorelasi terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan menggunakan program SPSS versi 17.0 (lampiran 8) diperoleh hasil pada tabel sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Perhitungan Analisis Regresi dari Pengolahan SPSS

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| | | B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 2.070 | .734 | |
| | Lokasi (X1) | -.129 | .073 | -.141 |
| | Promosi (X2) | .016 | .092 | .016 |
| | Suku Bunga (X3) | .757 | .089 | .690 |
| | Pelayanan (X4) | -.094 | .144 | -.057 |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh Lokasi (X_1), Promosi (X_2), Suku Bunga (X_3), dan Pelayanan (X_4) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang diperoleh hasil pada setiap variable mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung. Dari hasil persamaan regresi berganda di atas dapat diketahui bahwa peningkatan keputusan nasabah menabung (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh faktor lokasi, promosi, sukubunga dan pelayanan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial dengan Menggunakan Uji t

Untuk mengetahui t_{hitung} digunakan uji t dengan tujuan mencari variabel bebas Lokasi (X_1), Promosi (X_2), Suku Bunga (X_3) dan Pelayanan (X_4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y), sekaligus untuk menjawab hipotesis pertama, kedua, ketiga dan keempat dengan taraf kesalahan 0,05 atau 5% dengan *level of significance* 95%.

Tabel 8. Hasil Analisis Uji T dari Pengolahan SPSS

| Model | | Unstandardized Coefficients | | tandardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|--------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.070 | .734 | | 2.820 | .006 |
| | Lokasi_(X1) | -.129 | .073 | -.141 | -1.759 | .083 |
| | Promosi (X2) | .016 | .092 | .016 | .178 | .859 |
| | Suku Bunga (X3) | .757 | .089 | .690 | 8.528 | .000 |
| | Pelayanan (X4) | -.094 | .144 | -.057 | -.654 | .515 |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari hasil perhitungan melalui komputer SPSS versi 17.0, diperoleh t_{hitung} untuk variabel Lokasi (X_1) sebesar -1,759, variabel Promosi (X_2) sebesar 0,178, variabel Suku Bunga (X_3) sebesar 8,528 dan variabel Pelayanan (X_4) sebesar -0,654, sedangkan t_{tabel} dengan derajat kebebasan (n-2) sebesar 1,990. Besarnya nilai t_{hitung} untuk semua variabel lebih besar dari t_{tabel} maka **H_0 ditolak**, yang berarti bahwa semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis ada pengaruh yang signifikan untuk variabel harga, pelayanan, lokasi, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian **diterima**.

Uji Keberartian Koefisien Regresi Linier Berganda Secara Keseluruhan dengan Uji F

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas, maka digunakan analisa koefisien determinan (R^2).

Tabel 9. Hasil Analisa Koefisien Determinan (R^2) dari Pengolahan SPSS

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .714 ^a | .510 | .485 | .4164 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X4), Suku Bunga (X3), Lokasi_(X1), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel 9 hasil perhitungan dari komputer SPSS versi 17.0 ada pengaruh yang berarti yaitu dapat diketahui derajat pengaruh variabel-variabel sebesar 0,510 atau 51,0%. Angka ini menunjukkan bahwa Keputusan Nasabah Menabung dipengaruhi oleh faktor Lokasi (X_1), Promosi (X_2), Suku Bunga (X_3) dan Pelayanan (X_4) sebesar 51,0% sedangkan sisanya 49,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model persamaan tersebut.

Tabel 10. Hasil Analisa Uji F

| ANOVA ^b | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 13.903 | 4 | 3.476 | 20.046 | .000 ^a |
| | Residual | 13.351 | 77 | .173 | | |
| | Total | 27.253 | 81 | | | |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X4), Suku Bunga (X3), Lokasi_(X1), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari tabel 10 diatas hasil perhitungan analisis uji F melalui komputer program SPSS versi 17.0 diperoleh nilai F_{hitung} untuk Lokasi (X_1), Promosi (X_2), Suku Bunga (X_3) dan Pelayanan (X_4) sebesar 20,046 dengan taraf signifikan 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05. Sedangkan besarnya F_{tabel} (n-k-1) atau (82-4-1=77) sedangkan taraf signifikan 5% sebesar 2,49 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ (20,046 > 2,49) sehingga H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel Lokasi (X_1), Promosi (X_2), Suku Bunga (X_3) dan Pelayanan (X_4) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y). Oleh karena itu hipotesis yang menyatakan bahwa Lokasi (X_1), Promosi (X_2), Suku Bunga (X_3) dan Pelayanan (X_4) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) dan

signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) di Bank Danamon Simpan Pinjam unit pemalang diterima.

Pembahasan

Variabel Lokasi Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hipotesis pertama yang menyatakan variabel Lokasi secara parsial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung tidak terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dari uji t sebesar -1,759 dengan tingkat signifikan 0,083 lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai t_{tabel} 1,990. Artinya bahwa penelitian yang penulis lakukan saat ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhan (2011) dengan nilai sebesar t_{hitung} sebesar 2,312, Halim dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,316. Jadi hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung secara parsial tidak terbukti kebenarannya.

Variabel Promosi Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hipotesis kedua yang menyatakan variabel Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung tidak terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t sebesar 0,178 dengan tingkat signifikan 0,859 lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai t_{tabel} 1,990. Artinya bahwa penelitian yang penulis lakukan saat ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurhayati (2012) dengan nilai sebesar t_{hitung} sebesar 3,220. Jadi hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung secara parsial tidak terbukti kebenarannya.

Variabel Suku Bunga Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hipotesis ketiga yang menyatakan variabel Suku Bunga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t sebesar 8,528 dengan tingkat signifikan 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05 sedangkan nilai t_{tabel} 1,990. Artinya bahwa penelitian yang penulis lakukan saat ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhan (2011) dengan nilai sebesar t_{hitung} sebesar 2,522. Jadi hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel Suku Bunga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung secara parsial terbukti kebenarannya.

Variabel Pelayanan Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hipotesis keempat yang menyatakan variabel Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung tidak terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t sebesar -0,654 dengan tingkat signifikan 0,515 lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai t_{tabel} 1,990. Artinya bahwa penelitian yang penulis lakukan saat ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhan (2011) dengan nilai sebesar t_{hitung} sebesar 3,574, Hayati (2012) dengan nilai sebesar t_{hitung} sebesar 3,625.

Variabel Lokasi, Promosi, Suku Bunga dan Pelayanan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

Hipotesis kelima yang menyatakan variabel Lokasi, Promosi, Suku Bunga dan Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 20,046. Artinya bahwa penelitian yang penulis lakukan saat ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adlani (2012) yang menyatakan ada pengaruh antara faktor-faktor (lokasi, promosi, suku bunga dan pelayanan) yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam unit Pemalang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan penulis masih mempunyai beberapa keterbatasan antara lain :

1. Sampel yang digunakan sedikit, hasil penelitian mungkin saja akan berbeda apabila sampel yang digunakan lebih banyak.
2. Penelitian ini hanya meneliti empat faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung yaitu yaitu Lokasi (X_1), Promosi (X_2), Suku Bunga (X_3) dan Pelayanan (X_4) sehingga penelitian ini hanya dapat memberikan informasi mengenai beberapa besar variabel tersebut berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung, sedangkan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara rinci.
3. Pada penelitian ini penulis mengambil empat variabel yaitu yaitu Lokasi (X_1), Promosi (X_2), Suku Bunga (X_3) dan Pelayanan (X_4) untuk penelitian mendatang diharapkan dapat menambah atau menggunakan variabel yang lain, misalnya variabel fasilitas dan produk bank yang sekiranya benar-benar memiliki pengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlani, R. (2012). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk cabang Pandanaran Semarang*.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur penelitian (suatu pendekatan praktek)*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.
- Dharmesta, B. S. (2001). *Manajemen pemasaran modern*. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadinoto, S. (2008). *Strategi pendanaan bank dan manajemen pasiva*. Jakarta: PT Media Elex Komputindo.
- Halim, A. (2011). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa pelayanan perbankan (studi kasus pada bank BCA pemalang)*.
- Hayati, N. (2012). *Pengaruh pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada BRI Semarang*.
- Hidayat, A. (2013). *Uji linieritas*. [Http://www.statiskian.com/2013/03/linearitas-regresi.htm](http://www.statiskian.com/2013/03/linearitas-regresi.htm).
- Irawan. (2006). *Pendekatan mutu dan kepuasan pelanggan*. Jakarta: Salemba Media.

- Istijanto. (2009). *Aplikasi praktis riset pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karl, & Fair. (2001). *Ekonometrika dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2007). *Manajemen perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. (2007). *Pemasaran bank*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran: analisa, perencanaan, implikasi, dan kontrol*. Jilid 1. Jakarta: Prehallindo.
- _____. (1997). *Analisa perencanaan, dan pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: teori dan praktis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maholtra, N. K. (2005). *Riset pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Maski, G. (2010). Analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik (studi pada bank syariah di Malang). *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4 (1).
- Ramadhan, R. (2011). *Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank BNI pemalang*.
- Santoso, S. (1999). *Statistik parametrik*. Jakarta: PT Media Elex Komputindo.
- Sriyadi. (2000). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Mandar Maju.
- Sugiyono. (2006). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- _____. (2006). *Metode penelitian administrasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Sumarni, M. (1997). *Marketing perbankan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Liberty.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suyanto, Thomas, et al. (2007). *Kelembagaan perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- _____. (2004). *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Taswan. (2010). *Manajemen perbankan: konsep, teknik & aplikasi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Umar, Husen. (2010). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wiwik. (2013). Analisis pengaruh produk, layanan pelanggan dan promosi terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT Bank Danamon cabang Semarang Pemuda. *Dinamika Manajemen*, 2 (7).
- Yahya, S. (2011). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah (studi kasus bank syariah Mandiri Tbk cabang pembantu Pemalang)*.