

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Pada Simpanan Berjangka di PT. Bpr Magga Jaya Utama

Alvirah Widjoyo Eksan
Universitas Buddhi Dharma

ABSTRAK

Tujuan penulisan skripsi ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap minat nasabagh pada simpanan berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama.

Pada skripsi ini, penelitian dilakukan terhadap 100 nasabah pada PT BPR Magga Jaya Utama, melalui penyebaran kuesioner. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, dimana metode ini menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai faktor-faktor yang diteliti.

Berdasarkan jawaban kuesioner tersebut didapat data-data yang kemudian diolah menggunakan SPSS versi 21 sehingga menjadi data yang berguna dalam penelitian ini. Selain menghitung hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, pada penelitian ini dihitung juga hubungan antar variabel. Korelasi antara kualitas pelayanan dengan minat nasabah sebesar 0,784, korelasi antara kepercayaan dengan minat nasabah sebesar 0,846, maka dapat dikatakan hubungan ketiga variabel adalah cukup kuat dan positif. Dari hasil uji F model 1 didapat nilai 156,192 dan model 2 dapat dinilai 122,111, dimana nilai tersebut lebih besar dari Ftabel sebesar 3,09, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Pada uji T didapat hasil thitung kualitas pelayanan sebesar 8,588, dan thitung kepercayaan sebesar 5,878, jika dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,660, maka terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Minat Nasabah

The Effect Of Service Quality And Customer Trust On Customer's Interest In Time Deposits In Pt Bpr Magga Jaya Utama

ABSTRACT

The purpose of writing this thesis is to determine how much influence the quality of service and customer trust on the interest of nasabagh in time deposits at PT BPR Magga Jaya Utama.

In this thesis, the research was conducted on 100 customers at PT BPR Magga Jaya Utama, through distributing questionnaires. The method used is descriptive method, where this method describes systematically, factually, and accurately about the factors studied.

Based on the answers to the questionnaire, data were obtained which were then processed using SPSS version 21 so that they became useful data in this study. In addition to calculating the relationship between the independent variable and the dependent variable, this study also calculates the relationship between variables. The correlation between service quality and customer interest is 0.784, the correlation between trust and customer interest is 0.846, it can be said that the

relationship between the three variables is quite strong and positive. From the results of the F test model 1, it is found that the value of 156.192 and model 2 can be assessed as 122.111, where the value is greater than F table of 3.09, so H_0 is rejected and H_a is accepted. In the T test, the results of the t count of service quality are 8,588, and the t count of confidence is 5.878, when compared with the t table of 1.660, there is a significant relationship between service quality and trust in customer interest

Keywords : Service Quality, Customer Trust, Customer Interest.

PENDAHULUAN

Dalam era pandemi seperti sekarang ini, bank merupakan salah satu perusahaan yang tetap bersaing di dalam perdagangan bebas. setiap perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat dari para pesaingnya. Untuk menghadapi ketatnya persaingan di dalam industri perbankan, maka harus dilakukannya strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah nasabah yang tertarik dan memutuskan untuk melakukan simpanan berjangka pada suatu bank.

Bank Perkreditan Rakyat atau yang disingkat dengan BPR merupakan salah satu lembaga perbankan di Indonesia tetapi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) memiliki ruang lingkup lebih kecil dibandingkan dengan bank umum. Selain itu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dibentuk dengan tujuan agar masyarakat dapat terbebas dari rentenir atau sering disebut dengan lintah darat karena memberi pinjaman dengan tingkat suku bunga kredit yang sangat tinggi. PT BPR Magga Jaya Utama atau yang biasa dikenal dengan Bank Maju didirikan pada tanggal 1 Mei 2006, Bank Maju mempunyai satu kantor pusat, satu kantor cabang, dan tiga kantor kas.

Salah satu faktor yang memengaruhi nasabah untuk memilih bank tertentu selain kualitas pelayanan yang dimunculkan oleh bank juga dipengaruhi oleh kepercayaan nasabah. Tiap bank semakin bersaing untuk memperebutkan nasabah dengan mengandalkan kepercayaan nasabah. Faktor kepercayaan merupakan kunci agar suatu bank dapat memenangkan persaingan yang terdapat dalam industry perbankan.

Peneliti sebagai karyawan yang bekerja di PT BPR Magga Jaya Utama melihat adanya permasalahan terhadap kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan kurangnya kepercayaan nasabah baru terhadap simpanan berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama. Dengan itu peneliti meneliti kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah untuk meningkatkan minat nasabah pada simpanan berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama.

Berdasarkan paparan di atas, melihat begitu pentingnya kepercayaan nasabah dan kualitas pelayanan yang diduga dapat meningkatkan minat nasabah untuk deposito (simpanan berjangka), di mana kepuasan nasabah akan menentukan ketercapaian tujuan PT BPR Magga Jaya Utama. Dari hal tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Pada Simpanan Berjangka Di PT BPR MAGGA JAYA UTAMA"

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada simpanan berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama?
2. Apakah ada pengaruh kepercayaan nasabah terhadap minat nasabah pada simpanan berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah pada simpanan berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama?

TEORI DAN HIPOTESIS

1. Kualitas Pelayanan

Menurut (Fandy Tjiptono 2015, 268) mengatakan bahwa : “Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Menurut (Fandy Tjiptono 2015, 270) mengatakan bahwa : “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Menurut (Mauludin 2013, 67) mengatakan bahwa : “Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh. Sebaliknya jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk”.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang diharapkan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

2. Kepercayaan

Menurut (Mowen dan Minor 2017, 116) mengatakan bahwa : “Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya”.

Menurut (Rousseau 2017, 116) mengatakan bahwa : “Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain”.

Menurut (Pavlo 2017, 116) mengatakan bahwa : “Kepercayaan merupakan penilalain hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian”.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.

3. Minat Nasabah

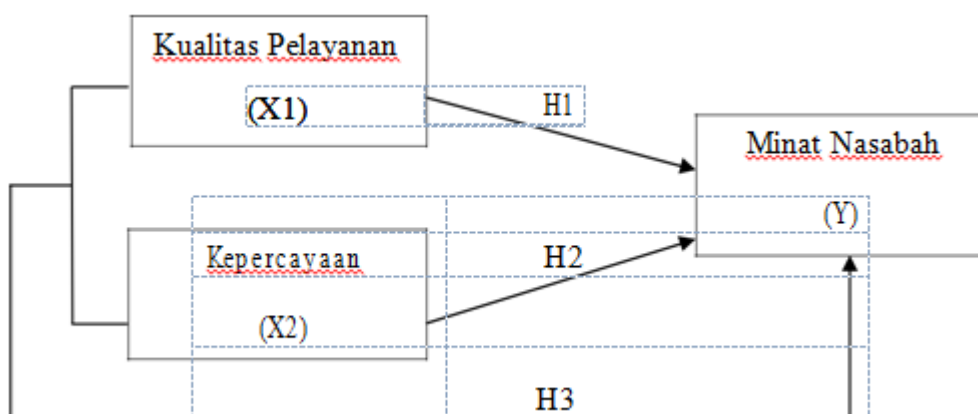
Menurut (Sukardi 2013, 57) mengatakan bahwa : “Minat diartikan sebagai suatu kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu”.

Menurut (Slameto 2013, 57) mengatakan bahwa : “Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus menerus yang disertai rasa senang”.

Menurut (Hilgard 2013, 57) mengatakan bahwa : “Interest is persisting tendency to pay attention to and enjoy some activity and content”. yang artinya minat adalah kecenderungan menetap untuk memberikan perhatian dan menikmati beberapa aktivitas dan merasakan kepuasan.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian Minat adalah kesenangan akan sesuatu kegiatan yang menjadi perhatian seseorang dan merasakan kepuasan.

KERANGKA PEMIKIRAN



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penulisannya sebagai berikut :

H1: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Nasabah (Y).

H2: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan Nasabah (X2) terhadap Minat Nasabah (Y).

H3: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) terhadap Minat Nasabah (Y).

METODE PENELITIAN

Objek penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT BPR Magga Jaya Utama yang beralamat di Ruko Ayodhya Blok G 20-21, Kel. Kelapa Indah, Kec. Tangerang, kota Tangerang.

Populasi Dan Sampel

Pada penelitian ini yang menjadi sampel responden adalah nasabah di PT BPR Magga Jaya Utama., Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang akan berhubungan dengan penentuan jumlah sampel, di mana penentuan jumlah sampel penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan rumus slovin, sebagai berikut :

$$= 130$$

$$1,325$$

$$n = 98,11 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden.}$$

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey melalui kuisisioner. Metode survey merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan dan pernyataan lisan atau tulisan. Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antara peneliti dengan subjek (responden) penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan (Indriantoro dan Supomo, 2014,152). Pertanyaan dan pernyataan tersebut diajukan dalam bentuk kuisisioner secara personal oleh peneliti. Kuisisioner ini disampaikan secara langsung oleh peneliti kepada responden, dengan pertimbangan peneliti dapat berkomunikasi secara langsung dengan responden guna memberi penjelasan terkait dengan isi kuisisioner tersebut dan hasil kuisisioner dapat langsung dikumpulkan setelah responden selesai menjawab.

Variabel Dependen Dan Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini sering disebut variabel bebas atau pengaruh, sebab berfungsi memengaruhi variabel lain, jadi secara bebas berpengaruh terhadap variabel lain. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan.

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Menurut fungsinya variabel ini dipengaruhi oleh variabel lain, karena juga sering disebut variabel yang dipengaruhi atau variabel terpengaruhi. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Minat Nasabah.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Supriadi (2020, 138-139) menyatakan bahwa : “Validitas adalah ketepatan dan kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran”.

Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated itemtotal correlations) dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Cara melihat tabel dengan melihat baris $N-2$.

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009) menyatakan bahwa “uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Pengujian dilakukan secara statistic yaitu SPSS. Dalam pengujian validitas terhadap kuesioner, dibedakan menjadi 2 yaitu Validitas faktor dan Validitas item.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Supriadi (2020, 139-140) menyatakan bahwa : “Reliabilitas berarti dapat dipercaya. Artinya instrumen dapat memberikan hasil yang tepat”.

Menurut Firmansyah dan Haryanto (2019, 77) menyatakan bahwa Apabila cronbach’s alpha suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka indikator yang digunakan tersebut reliabel, jika nilai cronbach’s alpha suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Siregar (2015, 226) menyatakan bahwa : “Regresi linier berganda adalah metode regresi berganda yang jumlah variabel bebasnya (independen) digunakan lebih dari satu untuk memengaruhi satu variabel tidak bebas (dependen)”.

Regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana. Perbedaan pada metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian.

4. Uji Korelasi Berganda

Korelasi merupakan teknik statistika yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya sebuah hubungan antara dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian.

Menurut Kurniawan (2016, 123) menyatakan bahwa : “Korelasi berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menyelesaikan persamaan-persamaan tiga variabel atau lebih”.

Korelasi biasanya juga digunakan untuk melihat bagaimana arah hubungan kedua variabel tersebut, jika hasilnya positif maka korelasi searah dan berlaku sebaliknya jika hasilnya negatif maka korelasi berlawanan.

5. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Menurut Kurniawan (2019, 31) menyatakan bahwa : “Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen”.

Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi peneliti akan dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

6. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji t

Menurut Mulyono (2018, 113) menjelaskan bahwa : “Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen”.

Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka peneliti menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel secara parsial memengaruhi variabel dependen.

b. Uji F

Menurut Mulyono (2018, 113) menjelaskan bahwa : “Uji F digunakan untuk mengetahui bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”.

Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

1. Statistik Deskriptif

Tabel Hasil Uji Deskriptif Variabel Penelitian (X1,X2 dan Y)

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	42,20	3,798
Kepercayaan	100	43,94	4,590
Minat Nasabah	100	41,31	3,860
Valid N (listwise)	100		

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Data dari table di atas dapat dikatakan bahwa :

Mean (rata-rata) dari Kualitas Pelayanan (variabel X1) dengan jumlah responden 100 orang adalah 42.20 dengan standar deviasi sebesar 3.798. Mean (rata-rata) dari Kepercayaan (variabel X2) dengan jumlah responden 100 orang adalah 43.94 dengan standar deviasi sebesar 4.590. Mean (rata-rata) dari Minat Nasabah (variabel Y) dengan jumlah responden 100 orang adalah 41.31 dengan standar deviasi sebesar 3.860.

2. Uji Kualitas Data

A. Hasil Uji Validitas

Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KualitasPelayanan_1	37,9600	11,756	,752	,883
KualitasPelayanan_2	37,8300	12,264	,566	,894
KualitasPelayanan_3	38,0500	11,482	,697	,885
KualitasPelayanan_4	38,0400	11,514	,587	,895
KualitasPelayanan_5	37,9700	11,039	,667	,889
KualitasPelayanan_6	38,2100	11,359	,653	,889
KualitasPelayanan_7	37,8400	12,156	,605	,891
KualitasPelayanan_8	38,0100	12,535	,621	,892
KualitasPelayanan_9	37,9400	12,037	,717	,886
KualitasPelayanan_10	37,9500	12,008	,738	,885

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Dari data tabel di atas dapat dijelaskan bahwa Table Item-Total Statistics menunjukkan hasil perhitungan validitas untuk 10 pernyataan. Dalam menentukan besarnya nilai dengan ketentuan tingkat kepercayaan (degree of freedom = df) jumlah responden dikurangi 2 atau $100-2= 98$ dengan tingkat signifikan 5% maka nilai sebesar 0,1966. Dapat dilihat dengan membandingkan dengan setiap butir h pernyataan dengan cara membandingkan Corrected Item Total dengan (0,1966) . Jika dibandingkan dengan pada kolom Corrected Item Total, nilai h semua pernyataan tentang kualitas pelayanan lebih besar dari artinya semua pernyataan sudah valid.

Tabel Uji Validitas Variabel Variabel Kepercayaan (X2)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepercayaan_1	39,4900	17,545	,617	,916
Kepercayaan_2	39,3800	17,612	,625	,916
Kepercayaan_3	39,8100	15,489	,755	,911
Kepercayaan_4	39,2900	18,168	,622	,916
Kepercayaan_5	39,6600	16,813	,695	,912
Kepercayaan_6	39,4600	18,008	,659	,914
Kepercayaan_7	39,7200	16,587	,774	,907
Kepercayaan_8	39,6000	16,949	,804	,906
Kepercayaan_9	39,5400	17,685	,758	,910
Kepercayaan_10	39,5100	17,303	,779	,908

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Dari data tabel di atas dapat dijelaskan bahwa Table Item-Total Statistics menunjukkan hasil perhitungan validitas untuk 10 pernyataan. Dalam menentukan besarnya nilai dengan ketentuan tingkat kepercayaan (degree of freedom = df) jumlah responden dikurangi 2 atau $100-2= 98$ dengan tingkat signifikan 5% maka nilai sebesar 0,1966. Dapat dilihat dengan membandingkan dengan setiap butir h pernyataan dengan cara membandingkan Corrected Item Total dengan (0,1966) . Jika dibandingkan dengan pada kolom Corrected Item Total, nilai h semua pernyataan tentang produk lebih besar dari artinya semua pernyataan sudah valid.

Tabel Uji Validitas Variabel Variabel Minat Nasabah (Y)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MinatNasabah_1	37,0300	12,656	,637	,875
MinatNasabah_2	37,2300	11,169	,724	,867

MinatNasabah_3	37,0100	12,172	,675	,871
MinatNasabah_4	37,4500	11,018	,716	,869
MinatNasabah_5	37,0700	12,712	,616	,876
MinatNasabah_6	37,0600	12,825	,606	,877
MinatNasabah_7	37,0700	13,439	,406	,888
MinatNasabah_8	37,3300	12,809	,555	,880
MinatNasabah_9	37,4800	11,585	,672	,871
MinatNasabah_10	37,0600	11,855	,638	,874

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Dari data tabel di atas dapat dijelaskan bahwa Table Item-Total Statistics menunjukkan hasil perhitungan validitas untuk 10 pernyataan. Dalam menentukan besarnya nilai dengan ketentuan tingkat kepercayaan ($\text{degree of freedom} = df$) jumlah responden dikurangi 2 atau $100-2=98$ dengan tingkat signifikan 5% maka nilai sebesar 0,1966. Dapat dilihat dengan membandingkan dengan setiap butir h pernyataan dengan cara membandingkan Corrected Item Total dengan (0.1966). Jika dibandingkan dengan pada kolom Corrected Item Total, nilai h semua pernyataan tentang kualitas pelayanan lebih besar dari artinya semua pernyataan sudah valid.

B. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,899	10

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Pada table reliability statistics di atas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0.899 dengan jumlah 10 pernyataan. Jika dibandingkan dengan nilai cronbach's alpha menurut Firmansyah dan Haryanto (2019, 77) menyatakan bahwa Apabila cronbach's alpha suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka indikator yang digunakan tersebut realibel, jika nilai cronbach's alpha suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak realibel.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,920	10

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Pada table reliability statistics diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0.920 dengan jumlah 10 pernyataan. Jika dibandingkan dengan nilai cronbach's alpha menurut Firmansyah dan Haryanto (2019, 77) menyatakan bahwa Apabila cronbach's alpha suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka indikator yang digunakan tersebut realibel, jika nilai cronbach's alpha suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak realibel.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,886	10

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Pada table reliability statistics diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0.886 dengan jumlah 10 pernyataan. Jika dibandingkan dengan nilai cronbach's alpha menurut Firmansyah dan Haryanto (2019, 77) menyatakan bahwa Apabila cronbach's alpha suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka indikator yang digunakan tersebut realibel, jika nilai cronbach's alpha suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak realibel.

3. Hasil Uji Korelasi Berganda

Tabel

Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,567 **	,784 **
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
Kepercayaan	N	100	100	100
	Pearson Correlation	,567 **	1	,707 **
Minat Nasabah	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	,784 **	,707 **	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Besarnya pengaruh hubungan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.784 mendekati 1, berarti memiliki pengaruh yang kuat, sedangkan besar pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.707 mendekati 1, yang berarti memiliki pengaruh yang kuat. Menyebutkan bahwa jika angka probabilitas < dari 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara ketiga variabel tersebut.

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (UJI R)

Tabel

Model	R	Model Summary ^b		Std. Error of the Estimate
		R Square	Adjusted R Square	
1	.784 ^a	.614	.611	2.409

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan

b. Dependent Variable: MinatNasabah

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Berdasarkan Tabel IV.49 Varibel Kualitas Pelayanan Uji R pada kolom R Square menyatakan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah adalah sebesar 61.4% sedangkan (100% - 61.4% = 38,6%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. R Square berkisar 0 sampai 1, karena angka R Square di atas sebesar 0,614 maka menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah adalah kuat atau sebaliknya.

Tabel

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.494	2.745

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan
 b. Dependent Variable: MinatNasabah

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Berdasarkan Tabel IV.51 Variabel Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Uji R pada kolom Adjusted R Square menyatakan besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah adalah sebesar 71% sedangkan (100% - 71% = 29%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Adjusted R Square berkisar 0 sampai 1, karena angka R Square di atas sebesar 0,710 maka menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah adalah kuat atau sebaliknya.

5. Hasil Uji Hipotesis
 a. Hasil Uji F
 Tabel

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	906,575	1	906,575	156,192	,000 ^b
	Residual	568,815	98	5,804		
	Total	1475,390	99			
2	Regression	1055,976	2	527,988	122,111	,000 ^c
	Residual	419,414	97	4,324		
	Total	1475,390	99			

- a. Dependent Variable: MinatNasabah
 - b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan
 - c. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Kepercayaan
- Sumber : Data Olahan SPSS 21

Dari hasil uji Annova didapat h untuk model 1 adalah 156.192 dengan tingkat signifikan 0.000 dimana angka $0.000 < 0.05$ dan juga $h >$ atau $156.192 > 3.09$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh linear antara variabel kualitas pelayanan (X1) dengan minat nasabah (Y), maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat untuk memprediksi minat nasabah.

Dari hasil uji ANOVA didapat h untuk model 2 adalah 122.111 dengan tingkat signifikan 0.000 dimana angka $0.000 < 0.05$ dan juga $h >$ atau $122.111 > 3.09$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh linear antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) dengan minat nasabah (Y), maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat untuk memprediksi minat nasabah.

b. Hasil Uji T
 Tabel IV 53

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,686	2,701		2,845	,005
	Kualitas Pelayanan	,797	,064	,784	12,498	,000
2	(Constant)	2,810	2,475		1,135	,259
	Kualitas Pelayanan	,574	,067	,565	8,588	,000
	Kepercayaan	,325	,055	,386	5,878	,000

a. Dependent Variable: MinatNasabah

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Dari data diatas dapat dilihat bahwa menyusun persamaan regresi dapat digunakan angka pada kolom B yaitu kolom Unstandardized Coefficients. Dari kolom B didapat nilai konstan 2,810 nilai koefisien kualitas pelayanan 0,574 dan nilai koefisien kepercayaan 0,325. Dari nilai-nilai koefisien di atas didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 2,810 + 0,574 X_1 + 0,325 X_2$$

Apaabila variabel X1 (kualitas pelayanan) terjadi peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin, maka variabel Y (minat nasabah) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 12 0,574 dan apabila variabel X2 (kepercayaan) terjadi peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin, maka variabel Y (minat nasabah) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,325.

Tabel

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	
						B
	(Constant)	7.686	2.701		2.845	.005
1	KUALITAS PELAYANAN	.797	.064	.784	12.498	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.MinatNasabah

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Pada kolom t diketahui bahwa nilai *h* untuk kualitas pelayanan 12.498 dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian (1 - α) sebesar 95% dan menggunakan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% serta derajat kebebasan Degree of Freedom (df) $n-2 = 100-2=98$, maka diperoleh nilai distribusi tabel t adalah 1,660.

Oleh karena itu *h* kepercayaan lebih besar dari nilai atau $12.498 > 1,660$, dan terlihat pada kolom Sig. diketahui nilai probabilitas kualitas pelayanan sebesar 0,000. Dengan demikian probabilitas berada di bawah 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Tabel

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	
						B
	(Constant)	15.189	2.655		5.721	.000
1	TOTAL.KEPERCAYAAN	.594	.060	.707	9.891	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.MinatNasabah

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Pada kolom t diketahui bahwa nilai h untuk kepercayaan 9.891 dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian $(1 - \alpha)$ sebesar 95% dan menggunakan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% serta derajat kebebasan Degree of Freedom (df) $n-2= 100-2=98$, maka diperoleh nilai distribusi tabel t adalah 1,660.

Oleh karena itu h kepercayaan lebih besar dari nilai atau $9.891 > 1,660$, dan terlihat pada kolom Sig. diketahui nilai probabilitas kepercayaan sebesar 0,000. Dengan demikian probabilitas berada di bawah 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Data Responden

Berdasarkan tabel IV. 4 diketahui bahwa dari 100 responden atau nasabah PT BPR Magga Jaya Utama. Terdiri dari pria sebanyak 31 orang (31%) dan wanita sebanyak 69 orang (69%), usia dari ≤ 20 tahun sebanyak 14 orang (14%), 20-29 tahun sebanyak 52 orang (52%), 30-39 tahun sebanyak 12 orang (12%), >40 tahun sebanyak 22 orang (22%), kemudian dari data pekerjaan, pelajar atau mahasiswa sebanyak 12 orang (12%), karyawan sebanyak 64 orang (64%), wiraswasta sebanyak 11 orang (11%), dan lainnya sebanyak 13 orang (13%).

2. Hasil Analisis Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Minat Nasabah (Y) Hasil

Pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,588 dengan taraf hasil sigifikansi 0,000, dengan taraf tersebut yang lebih kecil dari $< 0,05$, memiliki arti bahwa hipotesis dalam penelitian variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah, yang di mana hal ini terbukti bahwa pada level signifikansi yang ditetapkan ($<0,05$), maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi kesimpulannya adalah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

3. Hasil Analisis Variabel Kepercayaan (X2) Terhadap Minat Nasabah (Y)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,878 dengan taraf hasil sigifikansi 0,000, dengan taraf tersebut yang lebih kecil dari $< 0,05$, memiliki arti bahwa hipotesis dalam penelitian variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah, yang dimana hal ini terbukti bahwa pada level signifikansi yang ditetapkan ($<0,05$), maka dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi kesimpulannya adalah variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

4. Hasil Analisis Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) Terhadap Minat Nasabah (Y)

Nilai variabel X_1 dan X_2 pada F hitung = 122,111 dan tingkat probabilitas 0,000 sementara itu pada level of significance ($\alpha=0,05$) dengan dk pembilang = 2 dan dk penyebut = 97, nilai F tabel = 3,09, oleh karena itu F hitung $> F$ tabel atau $122,111 > 3,09$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima atau ada pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Minat Nasabah (Y). Pengaruh signifikan itu juga ditunjukkan dengan adanya nilai 0,000 $< 0,05$ atau probabilitas hitung lebih kecil dari level of significance. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan cukup berpengaruh terhadap minat nasabah.

KESIMPULAN

- a. Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah (X1) :
Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada deposito berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama sebesar 61.4% sedangkan sisanya sebesar 38.6% dari ($100\% - 61.4\% = 38.6\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.
- b. Variabel Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah (X2) :
Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah pada deposito berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama sebesar 50% sedangkan sisanya sebesar 50% dari ($100\% - 50\% = 50\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.
- c. Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah (Y) :
Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah pada deposito berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama sebesar 71% sedangkan sisanya sebesar 29% dari ($100\% - 71\% = 29\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

REFERENSI

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. (2016). Manajemen Pemasaran.
- Buchari Alma.,(2014).Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV. Alfabeta, Bandung.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). Aplikasi Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). Manajemen Kualitas Jasa. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Herlambang, Susatyo. (2014). Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Yogyakarta. Gosyen Publising.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). Analisis Regresi. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, Astri Dhiah. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang (Skripsi), Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Mamik. (2015). Metodologi Kualitatif. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mowen, John C.. (2017). Perilaku Konsumen, jilid 2 edisi 5. Erlangga. Jakarta.
- Mulyono. (2018). Berprestasi Melalui JFP. Yogyakarta: Deepublish.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Stanton, William J. (2013). Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.

- Supriadi, I. (2020). Metode Riset Akuntansi. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono Fandy, (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta.
- Yamit,Zulian. (2013).Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zulmiyetri, Nurhastuti, & Safaruddin. (2020). Penulisan Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana.