

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PELAYANAN, DAN FASILITAS BANK
TERHADAP PERILAKU MENABUNG
(STUDI PADA NASABAH BANK PURWOREJO)**

Oleh :
Aisya Wardani
Manajemen
n_chamutz@yahoo.com

ABSTRAK

Aisya Wardani. *Pengaruh Kepercayaan, Pelayanan, dan Fasilitas Bank Terhadap Perilaku Menabung (Studi Pada Nasabah Bank Purworejo).* 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, pelayanan, dan fasilitas bank terhadap perilaku menabung pada nasabah Bank Purworejo baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Purworejo yang mempunyai rekening tabungan di Bank Purworejo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang sudah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 16 diketahui bahwa Kepercayaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku menabung dengan taraf signifikansi $P_{value} 0.001 < 0.05$. Pelayanan secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap perilaku menabung dengan taraf signifikansi $P_{value} 0.006 < 0.05$. Fasilitas bank secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap perilaku menabung dengan taraf signifikansi $P_{value} 0.013 < 0.05$. Secara bersama-sama variabel kepercayaan, pelayanan, dan fasilitas bank berpengaruh terhadap perilaku menabung pada nasabah Bank Purworejo dilihat dari F hitung sebesar 42.261 dan $sig < 0.05$.

Kata-kata kunci : kepercayaan, pelayanan, fasilitas bank, perilaku menabung

A. Pendahuluan

Dalam era saat ini kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan semakin meningkat. Hal itu dapat dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang memilih menyimpan uangnya di bank daripada di tempat lain. Dengan semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia, persaingan antara satu bank dengan bank lain akan semakin ketat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang semakin kompetitif. Kenyataan seperti ini tidak dapat dihindari, sehingga setiap bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat untuk menabung.

Faktor kepercayaan masyarakat merupakan suatu faktor yang amat penting, karena tanpa kepercayaan maka masyarakat tidak akan menabung dananya di bank, untuk itu bank harus mampu menjaga kepercayaan masyarakat tersebut. Setiap nasabah selalu mengharapkan keuntungan dari dana yang disimpan pada bank dan di sisi lain nasabah tersebut tidak mau kehilangan dananya pada bank, nasabah sangat mengharapkan penuh atas setiap penarikan uangnya yang ditabung pada bank. Oleh karena itu nasabah akan memilih bank yang benar-benar dapat dipercaya sebagai tempat menyimpan dana mereka, dan kepercayaan terhadap bank menjadi sangat penting. Dalam hubungan dengan peningkatan jumlah nasabah maka bank harus dapat menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap bank sehingga masyarakat akan merasa aman menyimpan dana mereka pada bank (Simorangkir, 2004).

Nasabah umumnya mempunyai perilaku bangga apabila dilayani secara baik oleh petugas bank, untuk itu harus menjadikan pelayanan sebagai alat untuk menarik nasabah, sehingga tugas bank adalah mempelajari apa yang diinginkan nasabah, bagaimana perilaku nasabah dan bagaimana cara melayani nasabah dengan baik. Dalam melayani nasabah, pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan etiket perbankan yaitu tata cara melayani nasabah dengan baik (Kasmir, 2004).

Bank juga harus memiliki fasilitas untuk menunjang kenyamanan nasabah dalam menabung dan melaksanakan transaksi dengan bank tersebut. Setiap bank harus dapat menyediakan berbagai macam fasilitas yang dapat memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi serta dapat memberikan tingkat kepuasan kepada mereka. Tersedianya fasilitas-fasilitas yang menunjang kelancaran dalam transaksi, nasabah tentunya akan merasa puas dan akan terus menggunakan jasa bank tersebut. Oleh karena itu tersedianya fasilitas yang memudahkan nasabah akan dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih bank sebagai tempat menabung (Sugiarto, 1999:26).

Mengingat kondisi masyarakat Purworejo senantiasa berubah dinamis tentunya Bank Purworejo harus memiliki kemampuan untuk selalu menciptakan kepercayaan kepada nasabah, memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan serta menyediakan fasilitas yang baik kepada nasabah, sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya. Oleh karena itu Bank Purworejo harus menciptakan kepercayaan nasabah, menyediakan fasilitas yang baik, serta

memberikan pelayanan yang berkualitas, dimana hal tersebut merupakan faktor kunci kelangsungan usaha suatu bank karena dapat mempengaruhi perilaku nasabahnya dalam menabung

Dari uraian tersebut, peneliti memandang penting untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh Kepercayaan, Pelayanan, dan Fasilitas Bank Terhadap Perilaku Menabung (Studi Pada Nasabah Bank Purworejo)**.

B. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank Purworejo yang mempunyai rekening tabungan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang sudah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Definisi Operasional Variabel

1. Kepercayaan (X_1)

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran (Barnes dalam Kusmayadi, 2007).

2. Pelayanan (X_2)

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2002:83)

3. Fasilitas Bank (X3)

Fasilitas adalah segala kelengkapan yang disediakan oleh pihak bank untuk dapat memperlancar kegiatan nasabah (Sumartini, 2005: 391).

4. Perilaku Menabung (Y)

Perilaku masyarakat untuk menabung adalah tindakan nyata yang dipengaruhi faktor-faktor kejiwaan dan faktor lain yang mengarahkan mereka untuk menyisihkan pendapatannya, serta menggunakan jasa perbankan untuk sarana menabung (Saragih, 2009).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikansi
Constanta	-	0.183
Kepercayaan (X1)	0.296	0.001***
Pelayanan (X2)	0.303	0.006***
Fasilitas Bank (X3)	0.260	0.013**
F = 42.261		0.000
Adjusted R ² = 0.556		

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Keterangan : * = signifikan pada $\alpha = 10\%$; ** = signifikan pada $\alpha = 5\%$; *** = signifikan pada $\alpha = 1\%$. Tanpa tanda * maka berarti tidak signifikan.

$$Y = 0.296 X_1 + 0.303 X_2 + 0.260 X_3$$

1. Hipotesis pertama menyatakan ada pengaruh positif kepercayaan terhadap perilaku menabung. Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai koefisien sebesar 0.296 dengan tingkat signifikansi 0.001 yang berarti signifikan pada level $\alpha = 1\%$ sehingga hipotesis pertama terdukung oleh hasil penelitian ini.

2. Hipotesis kedua menyatakan ada pengaruh positif pelayanan terhadap perilaku menabung. Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai koefisien sebesar 0.303 dengan tingkat signifikansi 0.006 yang berarti signifikan pada level $\alpha = 1\%$ sehingga hipotesis kedua terdukung oleh hasil penelitian ini.
3. Hipotesis ketiga menyatakan ada pengaruh positif fasilitas bank terhadap perilaku menabung. Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai koefisien sebesar 0.260 dengan tingkat signifikansi 0.013 yang berarti signifikan pada level $\alpha = 5\%$ sehingga hipotesis ketiga terdukung oleh hasil penelitian ini.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 42.261 dengan tingkat signifikansi 0.000 yang berarti signifikan maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi perilaku menabung atau dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan, pelayanan, dan fasilitas bank secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku menabung.
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi (*adjusted R²*) yaitu sebesar 0.556 atau 55,6 %. Artinya kontribusi secara simultan variabel bebas yaitu kepercayaan (X_1), pelayanan (X_2), dan fasilitas bank (X_3) secara bersama-sama adalah sebesar 55,6 % terhadap variabel terikat yakni perilaku menabung (Y). Sedangkan 44,4 % sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

D. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kepercayaan, pelayanan, dan fasilitas bank berpengaruh positif terhadap variabel perilaku menabung, baik secara parsial maupun simultan. Variabel pelayanan merupakan variabel yang paling besar mempengaruhi perilaku menabung nasabah.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya faktor citra perusahaan, besarnya pendapatan dan faktor sosial sehingga dapat lebih memberikan gambaran yang komprehensif tentang perilaku menabung nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Preneda Media.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Erlangga.
- Kusmayadi, Tatang. 2007. “*Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan*”. STIE STAN Indonesia Mandiri.
- Saragih. 2009. *Analisis Pengaruh Angka Beban Tanggungan Hidup dan Jumlah Rekening Tabungan Terhadap Perilaku Tabungan Masyarakat di Sumatera Utara*. Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Simorangkir. 2004. *Pengantar Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank*. Cetakan kedua. Ghalia Indonesia.
- Sugiarto, E. 1999. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sumartini. 2005. Analisis Pengaruh Bentuk-Bentuk Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi UNMER*. Vol 9 No 2.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aisya Wardani
NIM : 082210002
Program Studi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam artikel ini benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam artikel ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Apabila terbukti/ dapat dibuktikan bahwa artikel ini adalah hasil jiplakan, saya bersedia bertanggung jawab secara hukum yang diperkarakan oleh Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Purworejo,
Yang membuat pernyataan,



Aisya Wardani