

Article history:

Received: 28 Oktober 2021;

Revised: 02 November 2021;

Accepted: 5 November 2021;

Available online: 15 Desember 2021

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Pada Simpanan Berjangka Di PT BPR Magga Jaya Utama

Suhendri¹, Anton Wijaya², Alvirah Widjoyo Eksan³

^{1,2,3} Universitas Buddhi Dharma

suhendri.suhendri@ubd.ac.id, anton.wijaya@ubd.ac.id, viraeksan14@gmail.com

Penelitian dilakukan pada 100 nasabah PT BPR Magga Jaya Utama dengan penyebaran kuesioner menggunakan metode deskriptif yang secara sistematis, jujur dan akurat menggambarkan faktor-faktor yang diteliti. Sesuai dengan jawaban kuisisioner, data diperoleh, kemudian diolah dengan SPSS versi 21 sehingga menjadi data yang berguna didalam penelitian ini. Selain menghitung hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat masing-masing variabel, penelitian ini juga memperoleh hubungan antar variabel. Koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan minat pelanggan sebesar 0,784, dan koefisien korelasi antara kepercayaan dengan minat pelanggan sebesar 0,846, maka dapat dikatakan bahwa hubungan ketiga variabel tersebut kuat dan positif. Dari hasil uji F model 1 nilai 156.192 dan model 2 dapat dievaluasi sebesar 122.111, dimana nilai Ftabel lebih kecil dari nilai Fhitung yaitu nilai yang diperoleh Ftabel adalah 3,09, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. 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 minat nasabah terhadap kualitas pelayanan dan kepercayaan yang diberikan.

Keywords: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Minat Nasabah

Introduction

Didalam era pandemi seperti sekarang ini, bank menjadi bagian dari lembaga keuangan yang tetap bersaing di didalam perdagangan bebas. Setiap lembaga keuangan mau tidak mau akan bersaing di antara lembaga keuangan lainnya terlebih lagi di didalam industri perbankan. Untuk meningkatkan banyaknya nasabah yang tertarik dan memutuskan untuk melakukan simpanan berjangka pada suatu bank diperlukan strategi yang tepat agar lembaga keuangan seperti bank dapat terus bertahan menghadapi persaingan bahkan bisa bertumbuh dari waktu ke waktu.

Bank Perkreditan Rakyat atau disingkat BPR adalah salah satu lembaga perbankan di Indonesia, tetapi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sedikit lebih sempit daripada bank umum didalam beberapa hal. Selain itu, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) didirikan untuk membebaskan masyarakat dari rentenir atau biasa disebut rentenir karena memberikan pinjaman dengan tingkat bunga yang lebih tinggi dari BPR.

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. Kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor penting didalam minatnya masyarakat

¹Correspondent: Suhendri. Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Jl. Imam Bonjol no.41 Karawaci Ilir Tangerang 15115. suhendri.suhendri@ubd.ac.id

menyimpan uang di Bank. Namun ada hal lain yang juga menjadi hal penting yang menjadi faktor yang tidak boleh dilupakan, yaitu kepercayaan nasabah kepada bank tersebut.

Tiap bank semakin bersaing untuk memperebutkan nasabah dengan mengandalkan kepercayaan nasabah. Faktor kepercayaan adalah komponen penting agar suatu bank menjadi pemenang di didalam industri perbankan saat ini. Peneliti sebagai karyawan yang bekerja di PT BPR Magga Jaya Utama melihat adanya permasalahan terhadap kurangnya karyawan memberikan layanan yang berkualitas terhadap nasabah dan kurangnya kepercayaan nasabah baru terhadap simpanan berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama.

Dengan itu peneliti meneliti dua variabel bebas, yakni mengenai kualitas layanan karyawan serta mengukur seberapa besar kepercayaan nasabah untuk meningkatkan minat nasabah pada simpanan berjangka di PT BPR Magga Jaya Utama. Penelitian ini diharapkan dapat melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah, mengukur pengaruh kepercayaan nasabah terhadap minat nasabah dan mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap 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.

Literature Review

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah apa yang diharapkan pelanggan dan dapat diukur dengan tingkat pelayanan yang diberikan. Dari tingkat keunggulan (*excellent*) untuk memenuhi keinginan pelanggan dan mengontrol keunggulan tersebut (Fandy, 2015). Berdasarkan pendapat (Buchari, 2000) mengatakan bahwa tercapainya kepuasan pelanggan yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas serta berpindah karena bujukan dari pihak lain karena adanya penerapan kualitas layanan yang maksimal. Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan mengharapkan kualitas pelayanan yang baik dari produk atau jasa yang ditawarkannya.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan semua pengetahuan mengenai objek, atribut, manfaat dan semua kesimpulan konsumen yang dapat membuat kepercayaan konsumen itu muncul (Mowen 2017). Kepercayaan menurut (Gunawan, 2011) berpendapat bahwa sikap menunjukkan kecintaan terhadap suatu produk, produk, atau merek dan terus menggunakan produk atau merek tersebut. Menurut definisi di atas, kepercayaan adalah suatu bentuk pernyataan tertulis, janji, lisan atau tertulis dari satu atau sekelompok orang didalam suatu hubungan bisnis atau aspek lainnya.

Minat

Minat menurut (Nulufi, 2015) mengatakan bahwa minat terjadi bilamana konsumen yang sudah positif tentang produk dan merek mereka termotivasi untuk membelinya. (Rizky, M. F; Yasin, 2014) berpendapat bahwa keuntungan yang datang kepada pembeli seringkali bertentangan dengan keadaan keuangannya. Ketersediaan konsumen untuk membeli merupakan keinginan yang terpendam didalam benak mereka. Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian minat adalah nilai positif tentang sesuatu yang ditawarkan yang akan menjadi perhatian seseorang untuk membelinya dengan ketersediaan dari diri orang tersebut.

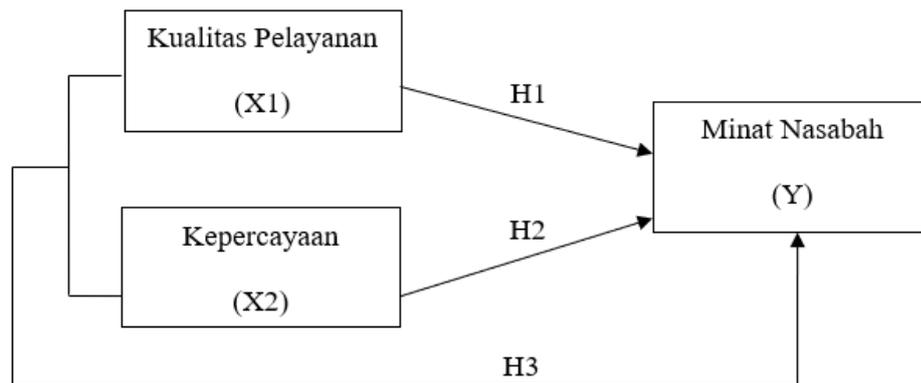


Figure 1. Kerangka Pemikiran

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).

Methods

Pengambilan Sampel

Didalam penelitian ini sampel responden adalah nasabah PT BPR Magga Jaya Utama. Didalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel yang berkaitan dengan penentuan besar sampel, dimana dapat digunakan metode rumus Slovin untuk menentukan besar sampel penelitian, seperti gambar dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampling

N = ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan sampel 5% (0,05)

Jumlah populasi sebanyak 134 responden, maka dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{134}{1 + 134 (0,335)}$$

$$n = \frac{134}{1,335}$$

n = 100,37 dibulatkan menjadi 100 responden

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner. Penggunaan pertanyaan, pernyataan lisan dan tertulis untuk mengumpulkan data merupakan ciri khas dari metode survei. Ketika memperoleh data yang diperlukan, peneliti metode perlu menjalin kontak atau hubungan dengan subjek (responden) (Indriantoro 2014). Pertanyaan dan pernyataan disampaikan oleh peneliti didalam bentuk angket pribadi. Kuesioner ini dikirimkan langsung oleh peneliti kepada responden, mengingat peneliti dapat langsung berkomunikasi dengan responden, menjelaskan isi kuesioner, dan mengumpulkan hasil kuesioner segera setelah responden menjawabnya.

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 dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau terpengaruhi menurut fungsinya sering disebut variabel dependen, yakni variabel yang memberikan akibat dari adanya variabel independen. Variabel bebas (X) didalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan. Variabel terikat (Y) didalam penelitian ini adalah minat pelanggan.

Teknik analisis data

1. Uji Validitas

(Supriadi, 2020) menyatakan: “Validitas adalah ketepatan dan keakuratan alat ukur”. Uji validitas adalah membandingkan nilai r hitung (korelasi total item terkait) dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel (tingkat signifikansi 5%), pertanyaan dinyatakan valid. Cara melihat tabel dengan melihat baris N-2.

Menurut (Sugiyono, 2014) Faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas dan keandalan alat ukur (*measuring instrument*) selain alat ukur adalah pengguna dan orang yang akan diukur. Namun, faktor-faktor ini dapat diatasi dengan menguji peralatan dengan validasi dan uji reliabilitas yang tepat. Pengujian dijalankan untuk menjaga efektivitas dan keandalan. Untuk mengatasi pengaruh pengguna alat ukur, peneliti harus meningkatkan kemampuannya didalam menggunakan alat ukur. Faktor penting lainnya yang mempengaruhi efektivitas dan keandalan suatu perangkat adalah faktor yang akan diukur. Untuk mengatasi hal tersebut, peneliti harus mampu menguasai subjek. Pengujian dilakukan secara statistik yaitu SPSS yakni pengujian validitas terhadap kuesioner yang akan dibuat terdiri menjadi dua yakni pengujian validitas item dan validitas faktor.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Supriadi, 2020) menyatakan bahwa: “Reliabilitas berarti dapat dipercaya. Artinya instrumen dapat memberikan hasil yang tepat”. Menurut (Firmansyah, F., & Haryanto, 2019) menyatakan bahwa indikator dinyatakan realibel apabila nilai cronbach’s alpha lebih besar dari 0,6 namun bila suatu variabel dinyatakan tidak realibel bila nilai dari cronbach’s alpha lebih kecil dari 0,6. Untuk mengukur reliabilitas skala atau kuesioner dapat digunakan rumus Cronbach’s Alpha sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } r_{tt} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- rtt = instrumen reliabilitas (total tes)
K = banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma^2/b$ = jumlah varian butir
 σ^2/t = varian skor total

3. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono 2015) bahwa “Bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) dari keadaan variabel dependen yang diramalkan, maka diperlukan suatu uji yang disebut Uji Regresi Linear Berganda, Adapun rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2$$

Keterangan:

- Y = variabel terikat (Minat Nasabah)
X1 = variabel bebas pertama (Kualitas Pelayanan)
X2 = variabel bebas kedua (Kepercayaan)
a, B₁, B₂ = konstanta

4. Uji Korelasi Berganda

Korelasi merupakan teknik statistika yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya sebuah hubungan antara dua variabel atau lebih didalam suatu penelitian. Menurut (Kurniawan, R., & Yuniarto, 2016) menyatakan bahwa: “Korelasi berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menyelesaikan persamaan-persamaan tiga variabel atau lebih”. Adapun rumus korelasi berganda sebagai berikut:

Rumus :

$$r_{y,x_1x_2} = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (ryx_1x_2)}{1 - (ryx_1x_2)^2}}$$

Keterangan :

- r_{y,x_1x_2} = korelasi antara Kualitas Pelayanan (x_1) dengan Kepercayaan (x_2) secara bersama-sama dengan Minat Nasabah (y).
 r_{y,x_1} = korelasi *product moment* antara Kualitas Pelayanan (x_1) dengan Minat Nasabah (y).
 r_{y,x_2} = korelasi *product moment* antara Kepercayaan (x_2) dengan Minat Nasabah (y).
 $r_{x_1x_2}$ = korelasi *product moment* antara Kualitas Pelayanan (x_1) dengan Kepercayaan (x_2).

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

5. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Menurut (Kurniawan, R., & Yuniarto, 2016) menyatakan bahwa: “Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar nilai perubahan atau variasi yang bisa dijelaskan oleh variabel dependen terhadap variabel independen”.

Rumus mencari koefisien determinasi dengan dua variabel independen sebagai berikut:

$$R^2 = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2.(ryx_1).(ryx_2).(ryx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}}$$

Dari rumus di atas, terdapat kemungkinan dua jawaban yang diperoleh, yaitu :

- a) Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan hubungan yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika $R^2 = 1$, maka persentase sumbangan hubungan yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen sempurna.

6. Uji Hipotesis Penelitian

a) Uji t

Menurut (Mulyono, 2018) menjelaskan bahwa untuk mengetahui variabel-variabel independen berpengaruh secara parsial nyata atau tidak terhadap variabel dependen maka diperlukan Uji t. Nilai signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari derajat kepercayaan maka peneliti menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel secara parsial memengaruhi variabel dependen.

b) Uji F

Uji F menurut (Mulyono, 2018) menjelaskan bahwa: “Uji F digunakan untuk mengetahui bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Nilai 0,05 menjadi nilai derajat kepercayaan yang digunakan. Bilamana nilai F tabel lebih kecil daripada nilai F hitung maka sesuai tabel hipotesis alternatif, maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Results

A. Statistik Deskriptif

Table 1. Hasil Uji Deskriptif Variabel Penelitian (X1, X2 dan Y)

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

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Data pada tabel di atas dapat dikatakan:

Rata-rata (*mean*) kualitas pelayanan (variabel X1) dari 100 responden adalah 42,20, dan standar deviasinya 3,798. Rata-rata (*mean*) dari 100 kepercayaan responden (variabel X2) adalah 43,94, dan standar deviasi 4,590. Sebanyak 100 responden minat pelanggan (variabel Y) memiliki nilai *mean* (rata-rata) 41,31 dan standar deviasi 3,860.

B. Uji Kualitas Data

1) Hasil Uji Validitas

Table 2. 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 table 2 di atas, dapat dijelaskan bahwa Tabel *Item-Total Statistics* menunjukkan hasil perhitungan validitas 10 kalimat. Saat menentukan besar kecilnya nilai r_{tabel} dengan tingkat kepercayaan (derajat bebas = df), jumlah responden dikurangi 2 atau $100-2 = 98$, dan taraf signifikansi 5%, sehingga r_{tabel} adalah 0,1966. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan Total Item Terkoreksi dengan r_{tabel} (0,1966) dan membandingkan setiap item r_{tabel} dengan pernyataan r_{hitung} . Dibandingkan dengan r_{tabel} di kolom Total Item Terkoreksi, nilai r_{count} semua laporan kualitas layanan lebih besar dari r_{tabel} , yang menunjukkan bahwa semua laporan valid.

Table 3. 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 Tabel *Item-Total Statistics* menunjukkan hasil perhitungan validitas 10 kalimat. Saat menentukan besar kecilnya nilai r_{tabel} dengan tingkat kepercayaan (derajat bebas = df), jumlah responden dikurangi 2 atau $100-2 = 98$, dan taraf signifikansi 5%, sehingga r_{tabel} adalah 0,1966. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan Total Item Terkoreksi dengan r_{tabel} (0,1966) dan membandingkan setiap item r_{tabel} dengan pernyataan r_{hitung} . Dibandingkan dengan r_{tabel} di kolom Total Item Terkoreksi, nilai r_{count} semua laporan produk ini lebih besar dari r_{tabel} , yang menunjukkan bahwa semua laporan valid.

Table 4. 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 Tabel Statistik Item-Total menunjukkan hasil perhitungan validitas 10 kalimat. Saat menentukan besar kecilnya nilai r_{tabel} dengan tingkat kepercayaan (derajat bebas = df), jumlah responden dikurangi 2 atau $100-2 = 98$, dan taraf signifikansi 5%, sehingga r_{tabel} adalah 0,1966. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan Total Item Terkoreksi dengan r_{tabel} (0,1966), membandingkan setiap item r_{tabel} dengan pernyataan r_{hitung} . Dibandingkan dengan r_{tabel} di kolom Total Item Terkoreksi, nilai r_{count} semua laporan kualitas layanan lebih besar dari r_{tabel} , yang menunjukkan bahwa semua laporan valid.

2) Hasil Uji Reliabilitas

Table 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

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

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Seperti yang terlihat pada tabel statistik reliabilitas diatas, terdapat total 10 kalimat, dan nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,899. Menurut (Firmansyah, F., & Haryanto, 2019) Tunjukkan bahwa jika *cronbach alpha* dari variabel lebih besar dari 0,6, indikator yang digunakan dapat diandalkan; jika nilai cronbach alpha dari variabel tersebut kurang dari 0,6, indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak dapat diandalkan.

eCo-Buss

Table 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X2)

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

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Terlihat dari tabel statistik reliabilitas di atas, jumlah kalimat sebanyak 10 kalimat, dan nilai Cronbach's Alpha adalah 0,920. Menurut (Firmansyah, F., & Haryanto, 2019) Dibandingkan dengan nilai cronbach's alpha, jika nilai cronbach's alpha variabel lebih besar dari 0,6, indikator yang digunakan reliabel, jika nilai cronbach's alpha variabel kurang dari 0,6, indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

Table 7. Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,886	10

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Terlihat dari tabel statistik reliabilitas di atas terdapat 10 kalimat, dan nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,886. Menurut (Firmansyah, F., & Haryanto, 2019) Dibandingkan dengan nilai *cronbach's alpha*, jika nilai cronbach's alpha variabel lebih besar dari 0,6, indikator yang digunakan reliabel, jika nilai *cronbach's alpha* variabel kurang dari 0,6, indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

C. Hasil Uji Korelasi Berganda

Table 8. Correlations

		Correlations		
		KualitasPelayan an	Kepercaya an	MinatNasa bah
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,567**	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	,567**	1	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Minat Nasabah	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.

D. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Table 9. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,784 ^a	,614	,611	2,409	,614	156,192	1	98	,000
2	,846 ^b	,716	,710	2,079	,101	34,553	1	97	,000

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan

b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Kepercayaan

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.

E. Hasil Uji Uji Hipotesis

1. Hasil Uji F

Table 10. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	906,575	1	906,575	156,192	,000 ^b
1 Residual	568,815	98	5,804		
Total	1475,390	99			
2 Regression	1055,976	2	527,988	122,111	,000 ^c
2 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 *Anova* didapat F_{hitung} untuk model 1 adalah 156.192 dengan tingkat signifikan 0.000 dimana angka $0.000 < 0.05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ 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 F_{hitung} untuk model 2 adalah 122.111 dengan tingkat signifikan 0.000 dimana angka $0.000 < 0.05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ 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.

2. Hasil Uji T

Table 11. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	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:

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

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

1. Apabila variabel X1 (kualitas pelyanan) terjadi peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin, maka variabel Y (minat nasabah) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 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.
2. Pada kolom t diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk kualitas pelayanan 12.498 dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian (1 – a) sebesar 95% dan menggunakan tingkat kesalahan (a) 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 t_{hitung} kualitas pelayanan lebih besar dari nilai t_{tabel} 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 H₀ ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.
3. Pada kolom t diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk kepercayaan 5.878 dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian (1 – a) sebesar 95% dan menggunakan tingkat kesalahan (a) 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 t_{hitung} kepercayaan lebih besar dari nilai t_{tabel} atau 5.878 > 1,660, dan terlihat pada kolom Sig. diketahui nilai probabilitas kepercayaan sebesar 0,000. Dengan demikian probabilitas berada di bawah 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Pembahasan

1. Hasil Analisis Data Responden

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 thitung sebesar 8,588 dengan taraf hasil sigifikansi 0,000, dengan taraf tersebut yang lebih kecil dari $< 0,05$, memiliki arti bahwa hipotesis didalam 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 thitung sebesar 5,878 dengan taraf hasil sigifikansi 0,000, dengan taraf tersebut yang lebih kecil dari $< 0,05$, memiliki arti bahwa hipotesis didalam 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 X1 dan X2 pada Fhitung = 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 Ftabel = 3,09, oleh karena itu Fhitung $>$ Ftabel atau $122,111 > 3,09$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima atau ada pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) 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.

Conclusion

- 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.

References

- Buchari, A. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran*. Ekonisia.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa*. Duta Media Publishing.
- Gunawan, F. (2011). Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Brand Switching atas Produk Smartphone (Blackberry) pada Mahasiswa UNP. *Jurnal: Padang*.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi*. Kencana.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP*. Deepublish.
- Nulufi, K. . M. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129–141.
- Rizky, M. F; Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02).
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk penelitian*. CV Alfabeta.
- Supriadi, I. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Deepublish.