

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA PT BANKMAYAPADA INTERNASIONAL TBK CABANG DANAU SUNTER

Listra Nataly

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala
lstranataly9@gmail.com

Allan Yuda Patria Lai Wie

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala
allan@wym.ac.id

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of Product Quality, Service Quality, and Trust either partially or simultaneously to Saving Intention at PT Bank Mayapada Internasional Tbk Branch Danau Sunter. In this study, we used a purposive sampling technique with 76 respondents. The research instrument used a questionnaire that was processed with the IBM SPSS Statistics application, followed by data analysis using multiple linear regression. The results showed that the variables of Product Quality (X_1), Service Quality (X_2), and Trust (X_3) simultaneously had a positive and significant effect on Saving Intention (Y). Partially, only Product Quality (X_1) has a significant effect on Saving Intention (Y). Service Quality (X_2) and Trust (X_3) variables have no significant effect on Saving Intention (Y). The results of the coefficient of determination test (R^2) show a result of 0.488, or 48.8%, which means that the three independent variables have an influence of 48.8% on Saving Intention (Y). Meanwhile, 51.2% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Trust, Saving Intention, PT Bank Mayapada Internasional Tbk Branch Danau Sunter.*

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan baik secara parsial maupun simultan terhadap Minat Menabung pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter. Pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan responden sebanyak 76 orang. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang diolah dengan aplikasi IBM SPSS *Statistics* dilanjutkan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Kepercayaan (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung (Y). Untuk secara parsial hanya variabel Kualitas Produk (X_1) yang berpengaruh signifikan terhadap

Minat Menabung (Y), dan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dan Kepercayaan (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil sebesar 0.488 atau 48,8% diartikan bahwa ketiga variabel bebas memberikan pengaruh sebesar 48,8% terhadap Minat Menabung (Y). Sementara, sebesar 51,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Minat Menabung, PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

PENDAHULUAN

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, Bank Mayapada terus berkembang dengan layanan nasabah yang berdedikasi serta peningkatan kinerja operasional dan keuangan. Minat menabung nasabah berdampak terhadap kelangsungan hidup pada dunia perbankan, hal tersebut dikarenakan tanpa adanya minat menabung, maka kegiatan operasional dalam sebuah perbankan akan mengalami kendala dan bahkan dapat berhenti beroperasi. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung adalah Kualitas Produk. Setiap perbankan akan menawarkan produk bank mereka yang disertai berbagai keunggulan, nilai manfaat, dan kualitas produk yang baik serta yang terutama adalah dapat memberikan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Faktor atau upaya lain dalam menarik minat menabung nasabah adalah dengan mempertahankan serta dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan pihak bank kepada nasabah. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk atau jasa, manusia atau karyawan yang terdapat dalam suatu perusahaan, proses, dan lingkungan bisnis yang mampu memenuhi atau dapat melebihi harapan dari konsumen. Kualitas Pelayanan merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu barang atau jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan perbankan yang berpengaruh pada kemampuan untuk dapat memenuhi harapan dan memuaskan kebutuhan serta keinginan dari nasabahnya. Dalam industri perbankan, Kepercayaan merupakan nilai penting yang harus dimiliki oleh sebuah bank, tanpa adanya kepercayaan dari nasabah maka bank tidak dapat melakukan kegiatannya dengan baik. Kepercayaan sebagai sesuatu yang sangat

dibutuhkan oleh pihak perbankan karena dengan melalui kepercayaan, maka pihak bank mampu untuk membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat didalam interaksi. Berdasarkan pada laporan pertumbuhan cabang dari PT Bank Mayapada Internasional Tbk cabang Danau Sunter, di mana pada laporan tersebut menunjukkan adanya penurunan minat menabung dari nasabah Bank Mayapada cabang Danau Sunter. Hal tersebut ditunjukkan berdasarkan pada total dana tabungan yang cenderung fluktuatif dan bahkan mengalami penurunan dari bulan Desember 2021 sampai dengan Mei 2022. Di mana pada bulan Desember 2021 total dana tabungan dari PT Bank Mayapada Internasional Tbk cabang Danau Sunter adalah sebesar Rp 156,963,435,044.00 dan terus mengalami penurunan sampai pada bulan Mei 2022 yaitu sebesar Rp 50,695,056,194.92. Adapun rumusan masalah berdasarkan fenomena gap dalam penelitian ini adalah adanya penurunan total dana tabungan pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk cabang Danau Sunter. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah yang dapat mempengaruhi minat menabung dari setiap nasabah, dengan menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan minat menabung nasabah PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

TELAAH LITERATUR

Definisi Minat Menabung menurut Crow dan Crow (dalam Khairani, 2014) menyatakan bahwa Minat pada hakikatnya merupakan sebab akibat dari pengalaman. Di mana minat berkembang sebagai hasil daripada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa minat disini bukan sebagai “saya belum melakukan” tapi sebagai “saya dulu melakukan karena”, hal ini berdasarkan pada pengalaman atau kegiatan yang sudah pernah dilakukan seseorang. Menurut Dwiantoro *et al.* (2021) Minat Menabung adalah suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap suatu produk perbankan dan yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui serta mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut dengan menabung di bank itu. Definisi Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan

pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler & Amstrong, 2012). Menurut Dwiantoro *et al.* (2021) Kualitas Produk yang dapat diandalkan dapat memudahkan pelanggan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk merupakan salah satu faktor penting dalam hal mempengaruhi minat menabung dari nasabah. Terdapat 4 (empat) indikator menurut Budiman *et al.* (2020), dalam mengukur Kualitas Produk yang di mana indikator tersebut terdiri dari :

- a. Variasi Produk
- b. Keandalan (*Reability*)
- c. Kemudahan Penggunaan
- d. Manfaat Tambahan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan atau *Service quality* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Oleh sebab itu, penilaian akan Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari kemampuan suatu perusahaan untuk dapat memenuhi harapan pelanggan atau nasabah secara konsisten. Menurut Putribasutami dan Paramita (2018) berpendapat bahwa Kualitas Pelayanan di perbankan dapat diperkirakan melalui fasilitas yang dimiliki bank lengkap untuk melayani nasabah, para pekerja bank memiliki sikap yang baik dan ramah dalam memberikan pelayanan, bank dapat diandalkan untuk memberikan sertifikasi keamanan terhadap tabungan, serta pelayanan yang diberikan oleh bank cepat. Terdapat 5 (lima) indikator atau faktor penentu bagi Kualitas Pelayanan jasa menurut Kotler (dalam Tjiptono & Chandra, 2016), di mana kelima indikator tersebut diantaranya adalah :

- a. Bukti Langsung (*Tangible*)
- b. Reliabilitas (*Reliability*)
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- d. Empati (*Empathy*)
- e. Jaminan/ Keyakinan (*Assurance*)

Definisi dari Kepercayaan menurut Ulya *et al.* (2020) menyatakan bahwa Kepercayaan adalah persepsi akan kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Menurut

Lau dan Lee (dalam Tjiptono, 2014), Kepercayaan atau *trust* merupakan salah satu faktor yang sangat krusial dalam membentuk loyalitas dari konsumen karena sebagai bentuk kesediaan konsumen untuk mempercayai dan mengandalkan produk maupun jasa. Kesediaan dari konsumen untuk mempercayai dan mengandalkan suatu produk ataupun jasa dalam situasi resiko, dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk atau jasa tersebut akan mampu memberikan hasil yang positif. Adapun hipotesis yang akan penulis ujikan dalam penelitian ini adalah :

H₁ : Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Minat Menabung nasabah pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

H₂ : Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung nasabah pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

H₃ : Terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Minat Menabung nasabah pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

H₄ : Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung nasabah pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode yang bersifat kuantitatif. Untuk variabel penelitian terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Kepercayaan (X_3) dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Menabung (Y). Dengan objek penelitian pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter. Menurut Hair *et al.* (2021) *Sampling* merupakan pemilihan sejumlah kecil elemen dari kelompok elemen target yang lebih besar, dan mengharapkan bahwa informasi yang dikumpulkan dari kelompok kecil dapat memungkinkan untuk penilaian yang akurat terhadap kelompok yang lebih besar. Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dari nasabah Bank Mayapada Internasional Tbk cabang Danau Sunter. Perhitungan sampel

yang akan digunakan pada penelitian ini akan menggunakan rumus Slovin berdasarkan Sugiyono (2018), dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel
N = Populasi

e = Tingkat kesalahan (*Error*) yang dapat ditoleransi

Dengan menggunakan rumus Slovin, di mana diketahui bahwa populasi (N) adalah sebanyak 324 responden, dan dengan tingkat kesalahan (e) yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 10% (0,1). Sehingga perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{324}{1 + 324 \times (10\%^2)}$$
$$n = 76,41$$

Berdasarkan dengan rumus slovin tersebut maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 76,41 sampel responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 76 responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau dengan angket, sehingga diperlukan pengujian terhadap instrumen tersebut dengan beberapa tahap yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Langkah selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dalam teknik analisis data dilakukan uji regresi linear berganda, Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kemudian dilanjutkan dengan uji hipotesis dengan melakukan uji t (uji parsial) dan uji F (uji simultan), serta dengan menguji seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dengan melakukan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai Rhitung (*Corrected Item-Total Correlation*) dari masing-masing item pertanyaan pada setiap variabel memiliki nilai lebih besar (>) daripada nilai Rtabel, sehingga dapat dinyatakan bahwa keempat variabel tersebut valid dan memenuhi kriteria persyaratan uji validitas.

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0.617	RELIABEL
Kualitas Pelayanan	0.657	RELIABEL
Kepercayaan	0.606	RELIABEL
Minat Menabung	0.611	RELIABEL

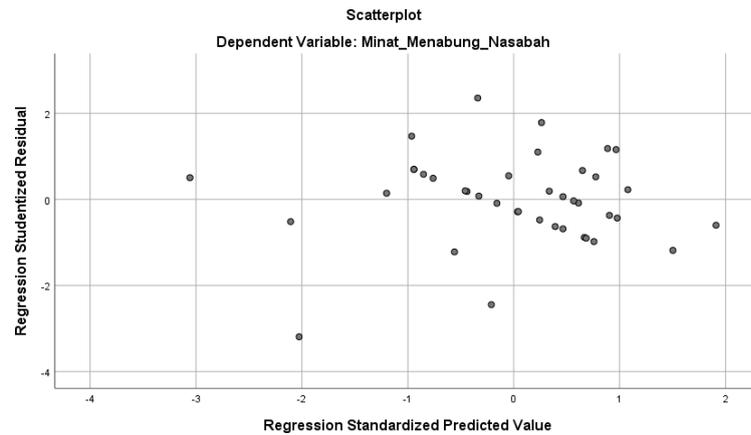
Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pada tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* dari 4 (empat) variabel yang diujikan memiliki hasil nilai lebih besar (>) daripada nilai 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik terdapat beberapa tahap yang perlu dilakukan, terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada *Exact Sig.* memiliki nilai sebesar 0,421. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai *Exact Sig.* 0,421 lebih besar dari (>) 0.1, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai *Tolerance* lebih dari (>) 0.10 dan nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) yang dihasilkan memiliki nilai kurang dari (<) 10, maka dapat dikatakan bahwa data variabel bebas pada model penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas. Dalam hasil uji heteroskedastisitas dengan melihat pola gambar *Scatterplot*. Adapun hasil uji statistik heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pada gambar 1 di atas, di mana menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Penyebaran titik-titik data menyebar secara acak dan menyebar ke segala arah.
2. Titik-titik data tersebar di atas maupun di bawah dan di sekitar angka 0.
3. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk suatu pola tertentu.
4. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas padamodel regresi.

Uji Regresi Linear Berganda

Dalam analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengolahan data untuk uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.283	.964		1.331	.192
	Kualitas Produk	.542	.197	.469	2.753	.009
	Kualitas Pelayanan	-.213	.145	-.177	-1.470	.150
	Kepercayaan	.324	.242	.229	1.339	.189

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pada tabel 2 di atas, maka dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,283 + 0,542 X_1 - 0,213 X_2 + 0,324 X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien konstanta bernilai positif yaitu sebesar 1,283 hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepercayaan (X_3) maka Minat Menabung (Y) dari nasabah pada Bank Mayapada Cabang Danau Sunter akan mengalami peningkatan sebesar 1,283.
- b. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,542 hal ini menyatakan bahwa apabila setiap kenaikan satu tingkat dari Kualitas Produk maka akan disertai dengan peningkatan Minat Menabung dari nasabah sebesar 0,542.
- c. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar -0,213 menyatakan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan mengalami penurunan satu tingkat maka akan disertai dengan penurunan Minat Menabung sebesar 0,213. Sebaliknya jika Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan maka akan disertai juga dengan peningkatan Minat Menabung sebesar 0,213.
- d. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X_3) sebesar 0,324 hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu tingkat dari variabel Kepercayaan maka akan disertai juga dengan peningkatan variabel Minat Menabung sebesar 0,324. Sebaliknya, jika variabel Kepercayaan mengalami penurunan maka akan disertai juga dengan penurunan Minat Menabung sebesar 0,324.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3 Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.283	.964		1.331	.192
	Kualitas Produk	.542	.197	.469	2.753	.009
	Kualitas Pelayanan	-.213	.145	-.177	-1.470	.150
	Kepercayaan	.324	.242	.229	1.339	.189

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pada tabel 3 hasil uji parsial di atas, didapatkan hasil sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil uji parsial pada variabel Kualitas Produk terlihat nilai signifikan sebesar 0.009, di mana nilai signifikansi 0.009 lebih kecil dari ($<$) 0,1. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap Minat Menabung secara parsial.
- b. Berdasarkan hasil uji parsial terlihat nilai signifikan sebesar 0.150, di mana nilai signifikansi 0.150 lebih besar dari ($>$) 0,1. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung secara parsial.
- c. Berdasarkan hasil uji parsial terlihat nilai signifikan sebesar 0.189, di mana nilai signifikansi 0.189 lebih besar dari ($>$) 0,1. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel Kepercayaan terhadap Minat Menabung secara parsial.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4 Hasil AnovaANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.966	3	2.322	11.446	.000 ^b
	Residual	7.303	36	.203		
	Total	14.269	39			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4 di atas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 11,446 dengan Sig. 0,000 yang di mana Sig. 0,000 lebih kecil (<) daripada 0,1 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya semua variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepercayaan (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Menabung (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.488	.446	.45040

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pada tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0.488 atau 48,8 % yang dapat diartikan bahwa sebanyak 48,8 % dari variabel Minat Menabung (Y) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk

(X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepercayaan (X_3). Sedangkan, sisanya yaitu sebesar 51,2% dipengaruhi variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Menabung pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Hal ini dapat disimpulkan bahwa salah satu kontribusi utama untuk meningkatkan minat nasabah untuk menabung di bank, didasarkan pada aspek Kualitas Produk. Berdasarkan pada hasil tersebut, penulis menilai bahwa Bank Mayapada cabang Danau Sunter sudah memperhatikan Kualitas Produk yang disediakan, dengan memiliki variasi produk yang beragam dan produk bank yang ditawarkan memiliki keandalan dan memberikan kemudahan bagi penggunaannya, serta menawarkan manfaat tambahan dari produk yang disediakan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

Berdasarkan pada hasil uji parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh yang secara parsial terhadap Minat Menabung. Hal ini dapat disimpulkan, bahwa yang menjadi faktor utama dari minat seorang nasabah dalam menabungkan dana mereka pada Bank Mayapada Cabang Danau Sunter, tidak didasarkan pada aspek Kualitas Pelayanan. Berdasarkan pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Mayapada cabang Danau Sunter, masih dapat meningkatkan fasilitas, peralatan atau perlengkapan layanan yang disediakan serta dari pelayanan setiap petugas bank.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

Berdasarkan pada hasil analisis dari pengujian data yang dilakukan pada uji parsial (uji t) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan

secara parsial tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Menabung. Selain itu, dapat diartikan juga bahwa Kepercayaan nasabah kepada bank tidak menentukan minat nasabah dalam menabung di Bank Mayapada Cabang Danau Sunter. Dilihat dari hasil pengujian dalam penelitian ini, PT Bank Mayapada Internasional Tbk cabang Danau Sunter memiliki tugas yang perlu dilakukan untuk membangun kepercayaan dari nasabah. Sehingga apabila nantinya kepercayaan antara pihak bank dengan nasabah sudah terbentuk, maka usaha dalam membina kerja sama akan lebih mudah dan dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung pada PT Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.

Berdasarkan pada uji F (simultan) menunjukkan hasil bahwa secara bersama-sama variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menabung. Menurut penulis, dengan adanya ketiga variabel independen yang dijalankan secara bersamaan maka akan berdampak pada meningkatnya Minat Menabung dari nasabah Bank Mayapada cabang Danau Sunter, yang dikarenakan dari setiap variabel tersebut dapat saling melengkapi kekurangan yang ada. Dapat dilihat pada Kualitas Produk yang disediakan sudah dapat memenuhi kebutuhan dan harapan dari nasabah melalui produk tabungan yang bervariasi sampai dengan kemudahan bertransaksi, ditambah dengan Kualitas Pelayanan yang baik seperti petugas bank dan fasilitas yang tersedia dapat mendukung kegiatan bertransaksi, kemudian disertai dengan adanya Kepercayaan dari nasabah.

SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil perhitungan dan analisis dalam uji parsial (uji t), dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Hal ini dikarenakan Bank Mayapada sudah memberikan kualitas produk yang baik kepada nasabah dan dengan produk yang dapat memahami kebutuhan dan keinginan dari nasabah. Pada uji parsial (uji t) menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan tidak memiliki

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Dikarenakan masih adanya beberapa aspek dari Kualitas Pelayanan yang dapat ditingkatkan, seperti fasilitas yang lengkap dan modern serta pelayanan yang baik dari setiap petugas bank. Serta untuk aspek Kepercayaan, masih adanya nasabah yang merasa kurang yakin dan percaya bahwa Bank Mayapada dapat menjamin keamanan dan memiliki kemampuan dalam mengendalikan risiko yang bersifat merugikan. Pada hasil uji F (uji simultan) dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Menabung. Hal ini dikarenakan dengan menggabungkan ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama untuk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan dari nasabah, dengan melalui produk tabungan yang bervariasi, kemudahan dalam bertransaksi, ditambah dengan kualitas pelayanan yang baik dan mampu menumbuhkan kepercayaan dari nasabah. Sehingga dapat berdampak positif bagimeningkatnya Minat Menabung dari nasabah Bank Mayapada cabang Danau Sunter.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Mayapada Internasional Tbk. (2021). *Laporan Pertumbuhan Cabang Accounting*. Jakarta: Bank Mayapada Cabang Danau Sunter.
- Budiman, H., Seminar, K. B., & Saptono, I. T. (2020). Formulasi Strategi Pengembangan Digital Banking (Studi Kasus Bank Abc). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*,6(3), 489–500. doi:10.17358/jabm.6.3.489
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 55–63.doi:46821/ekobis.v1i2.28
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.) Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Ortinau, D., & Harrison, D. E. (2021). *Essentials of Marketing Research* (5ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Khairani, M. (2014). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Putribasutami, C. A., & Paramita, R. S. (2018). Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol.6 No.3. Jurnal Ilmu Manajemen, 6 (3), 157-172.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction (4 ed.)*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulya, N. H., Soemarso, E. D., & M. Kodir, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang. *Keunis Majalah Ilmiah, 8(1), 21- 34.* doi:10.32497/keunis.v8i1.2132