

PENGARUH LAYANAN EDC MOBILE DAN GARANSI BANK TERHADAP MINAT NASABAH (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK BJB CABANG BUAH BATU) 2017

THE INFLUENCE OF EDC MOBILE SERVICE AND BANK GUARANTEES TO CUSTOMERS INTENTION(CASE STUDY AT BRANCH BANK CUSTOMERS OF BUAH BATU BJB BANK IN 2017)

Eva Maskuria Maghfiroh, Sampurno Wibowo, SE. MSi.
D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan , Telkom University, Bandung-indonesia
Email: 96epank@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Layanan *EDC Mobile* dan Garansi Bank terhadap Minat Nasabah pada Nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, verifikatif dan deskriptif. Populasi penelitian ini adalah Nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu. Jumlah sampel sebanyak 100 responden, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden nasabah yang menggunakan EDC Mobile dan membuat Garansi Bank. Data penelitian ini berupa data primer yang bersumber dari kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya, sedangkan analisis datanya menggunakan analisis deskriptif, dengan uji regresi sederhana dengan menggunakan metode skala *ordinal* sebagai sekala pengukuran. Hasil yang diperoleh adalah Layanan EDC Mobile dan Garansi Bank pada Bank BJB Cabang Buah Batu dinilai baik oleh responden dengan presentase sebesar 67% dan angka tersebut berada dalam kategori setuju. Sedangkan untuk Minat Nasabah pada Bank BJB Cabang Buah Batu dinilai baik oleh responden dengan presentase sebesar 68,70% dan angka tersebut berada dalam kategori setuju. Layanan EDC Mobile dan Garansi Bank berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Nasabah sebesar 63,2% dan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti atmosphere, kualitas kinerja karyawan dll. Pada penelitian ini juga diperoleh persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = 9,191 + 0,424X$ artinya apabila pengaruh Layanan EDC Mobile dan Garansi Bank meningkat sebesar 1 poin, maka Minat Nasabah akan bertambah sebesar 0,424.

Kata kunci : Layanan *EDC Mobile*, Garansi Bank, Minat Nasabah

Abstract

This research aims to know the influence of EDC Services Mobile and Bank Guarantee against the Interests of the customer in the Bank's Branch BJB Stones. This research is quantitative research, verifikatif and descriptive. The population of this research is the Bank Branch BJB Stones. The number of samples as many as 100 respondents, whereas the technique of sampling non probability sampling techniques with purposive sampling technique that is to disseminate the questionnaire to respondents to the client using the EDC Bank Guarantee and make Mobile. This form of research data primary data sourced from a questionnaire that has been on test validity and reliabilitasnya, whereas its data analysis using descriptive analysis, with a simple regression test using ordinal scales as the scale of measurement. The results obtained are Mobile and EDC Guarantee Service of the Bank on the Bank branch of BJB Stones graded by either respondent with percentage of 67% and the figure are in the category agrees. As for the Customer Interest on the Bank branch of BJB Stones graded by either respondent with percentage of 68.70% and the figure are in the category agrees. Services EDC Bank Guarantee and influential Mobile significantly to Interest the customer of 63.2% and the rest is 36.8% is affected by other factors not examined such as the atmosphere, the quality of performance of employees etc. On the research of linear regression equation also obtained a simple i.e. $Y = 9.191 + 0,424X$ means when the influence of EDC Services Mobile and Bank Guarantee increased by 1 point, then the customer will accrue Interest of 0.424.

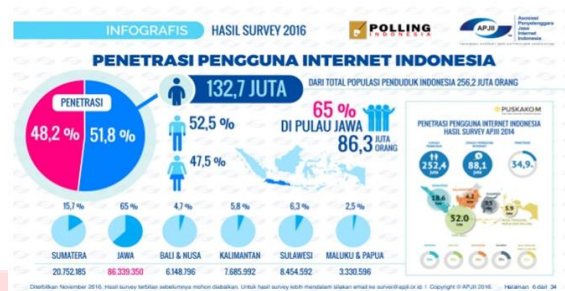
Keywords: EDC Service Mobile, Bank Guarantee, the customer Interest

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Perkembangan teknologi layanan transaksi yang berkembang semakin pesat. Kreatifitas berbasis teknologi tidak pernah berhenti meluangkan hasrat untuk mempermudah kehidupan manusia. Internet misalnya, untuk berkomunikasi dengan siapapun dapat dengan mudah, praktis dan murah

dibandingkan teknologi dimasa lalu itu sekelumit dari sekian banyak perkembangan teknologi yang telah merubah hidup kita di masa sekarang.



Gambar.1 Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2016

Dalam melakukan evaluasi pengaruh EDC Mobile dan Garansi Bank terhadap minat nasabah, seorang analisis EDC Mobile dan Garansi Bank akan meneliti kondisi calon nasabah yang diperkirakan dapat bertransaksi lewat EDC Mobile dan membuat Garansi Bank di Bank BJB cabang buah batu untuk meneliti kondisi tersebut, analisis akan perlu mengumpulkan data-data tentang calon nasabah ini baik yang kuantitatif seperti data keuangan maupun kualitatif seperti penilaian terhadap layanan EDC Mobile, pelayanan Garansi Bank dan sebagainya, kemudian data-data ini akan diolah dan diproses sesuai prosedur pada Bank tersebut. Oleh karena data dan fakta serta fenomena Bank BJB diatas, maka peneliti membuat judul penelitian sebagai berikut : **“Pengaruh Layanan EDC Mobile Dan Garansi Bank Terhadap Minat Nasabah” Studi kasus pada Nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tanggapan responden tentang penggunaan EDC Mobile dan Garansi Bank pada Bank BJB Cabang Buah Batu.
2. Bagaimanakah minat nasabah pada Bank BJB Cabang Buah Batu.
3. Seberapa besar pengaruh EDC Mobile dan Garansi Bank terhadap minat nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah tanggapan responden tentang penggunaan EDC Mobile dan Garansi Bank pada Bank BJB Cabang Buah Batu.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah minat nasabah pada Bank BJB Cabang Buah Batu.
3. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh EDC Mobile dan Garansi Bank terhadap minat nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu.

2. DASAR TEORI DAN METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2014:29) adalah *“Marketing is the process by which companies create value for customers and build strong customer relationship in order to capture value from customers in return”*. Menurut pengertian diatas bahwa pemasaran berhubungan dengan penciptaan keinginan dan kebutuhan konsumen, memahami, menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai serta kepuasan kepada konsumen.

2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Kotler & Armstrong (2014:52) menjelaskan bahwa terdapat empat komponen yang tercakup dalam kegiatan bauran pemasaran (marketing mix) yang dikenal dengan sebutan 4P produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti orang (*people*), fasilitas fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*), sehingga dikenal dengan istilah 7P, adapun pengertian 7P menurut Kotler & Armstrong (2014:62) adalah sebagai berikut

1. Produk (*Product*)
Produk adalah kombinasi barang atau jasa perusahaan yang ditawarkan ke target pasar untuk dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen/nasabah.
2. Harga (*Price*)
Adalah sejumlah kompensasi atau sejumlah uang di korbankan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.

3. Tempat (*Place*)
Adalah saluran yang digunakan oleh perusahaan untuk menyalurkan produk agar mudah di dapatkan oleh target konsumen.
4. Promosi (*Promotion*)
Promosi adalah aktivitas guna untuk mengkomunikasikan produk dan membujuk target pasar agar tertarik untuk membeli suatu produk atau jasa.
5. Fisik (*Physical Evidence*)
Adalah sarana fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.
6. Orang (*People*)
Adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.
7. Proses (*Process*)
Adalah proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high-contact services*, yang kerap kali juga berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan.
8. Layanan atau kualitas (*Productivity*)
Makna layanan pelanggan berbeda antar organisasi dalam sektor jasa, layanan nasabah dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh nasabah oleh sebab itu, tanggung jawab atas unsur bauran pemasaran ini tidak bisa diisolasi hanya pada departemen layanan nasabah, tetapi menjadi perhatian dan tanggung jawab semua. Manajemen kualitas jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berkaitan erat dengan kebijakan desain produk dan personal.

2.1.2 Minat Beli

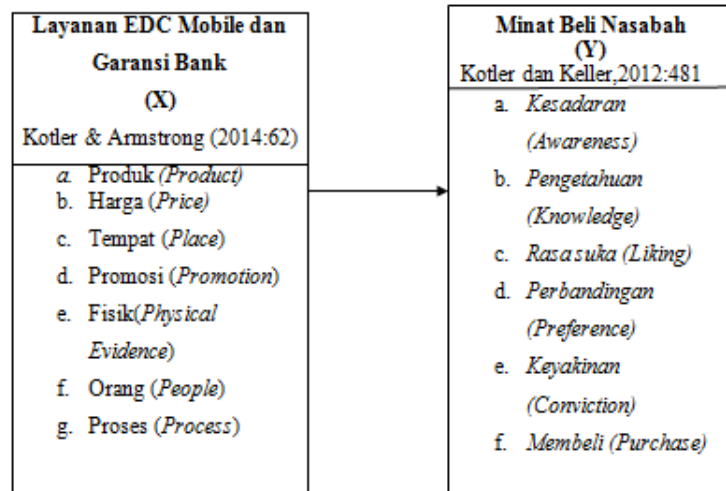
Indikator-indikator dari minat beli dijelaskan dalam komponen dari *micro model of consumer responses* (Kotler dan Keller, 2012:481) yaitu :

1. Kesadaran (*Awareness*)
Sebagian konsumen tidak menyadari kebutuhan yang dimilikinya, maka dari itu tugas seorang komunikator adalah untuk menciptakan kebutuhan tersebut.
2. Pengetahuan (*Knowledge*)
Beberapa konsumen memiliki kebutuhan akan sebuah produk, namun tidak memiliki pengetahuan yang cukup akan produk tersebut, sehingga informasi tentang produk harus bisa tersampaikan oleh komunikator.
3. Rasa suka (*Liking*)
Setelah konsumen mempunyai kebutuhan dan informasi, tahap selanjutnya adalah apakah konsumen menyukai produk tersebut? Apabila konsumen mempunyai rasa suka, maka akan terdapat keinginan untuk membeli.
4. Perbandingan (*Preference*)
Setelah timbul perasaan suka terhadap produk tersebut maka konsumen perlu mengetahui perbandingan produk kita dengan produk lain, mulai dari kemasan, kualitas, nilai, performa, dan lain-lain.
5. Keyakinan (*Conviction*)
Konsumen telah mempunyai produk yang disukai namun belum yakin untuk melakukan proses pembelian, pada tahap ini tugas komunikator adalah meyakinkan konsumen dan menumbuhkan minat konsumen untuk membeli. Setelah melewati tahap ini calon konsumen sudah yakin dan berminat terhadap produk tersebut.

2.2 Metodologi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Suharsaputra (2012:49) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik. Menurut Sugiyono (2014:22), penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut Sugiyono (2014:93) kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana terdapat variabel independen dan variabel dependen. Penelitian kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh Layanan *EDC Mobile* dan Garansi Bank terhadap Minat Nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu.

Tabel A 2.1.
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Penulis, 2017

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Responden yang diteliti adalah sampel dari populasi nasabah layanan EDC Mobile dan Garansi Bank Cabang Buah Batu Bandung. Jumlah responden yang diambil berjumlah 100 responden dengan karakteristik yang beragam. Dari pengolahan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 68 adalah responden dengan jenis kelamin perempuan karena nasabah berjenis kelamin perempuan lebih respon terhadap Layanan EDC Mobile dan Garansi Bank Bank BJB Cabang Buah Batu, sedangkan dari karakteristik usia 20-30 tahun berjumlah sebanyak 67 responden atau sebesar 67% karena yang lebih paham dan sadar akan kemajuan teknologi sesuai kebutuhan, dari karakteristik pendapatan 79% atau sebanyak 79 responden memiliki pendapatan per bulan Rp. 3.000.000- Rp. 5.000.000 karena dimana nasabah yang berpenghasilan Rp. 3.000.000- Rp. 5.000.000 merupakan mayoritas pekerja wiraswasta. dan karakteristik pekerjaan 76% atau sebanyak 76 responden pekerjaan wiraswasta karena wiraswasta lebih membutuhkan layanan EDC Mobile dan Garansi Bank demi keselamatan dan kenyamanan bekerja, Seperti data di atas ada juga yang pekerjaannya PNS (pegawai negeri sipil) dari pemerintah seperti guru, proyek BUMN dll.

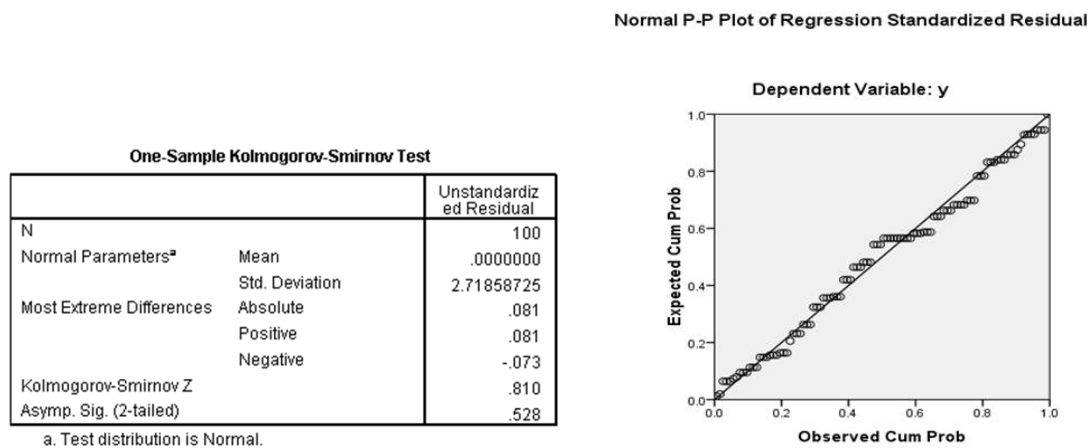
3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas, menunjukkan bahwa nilai dari setiap item pernyataan dalam kuesioner sudah valid dengan signifikansi kurang dari 0,05 serta nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$), sehingga pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hal ini berarti bahwa setiap item pernyataan dari kuesioner yang disebar kepada responden dapat dimengerti atau diterima. Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai dari Cronbach's Alpha dari setiap variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini reliabel.

Semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel untuk sampel sebanyak 100 orang yaitu 0,195 dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua item pernyataan (indikator) valid.

3.3 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *kolmogorov smirow test* diperoleh nilai *Asymp sig* sebesar 0,528 atau lebih besar dari 0,05 hal ini berarti data tersebut telah terdistribusi normal.



Gambar.3.1 Uji Normalitas

3.4 Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Berdasarkan hasil pengolahan data di atas mengenai variabel layanan EDC Mobile dan Garansi Bank (X) diperoleh presentase sebesar 67%, dan variabel minat nasabah (Y) diperoleh presentase sebesar 68,70% (setuju) angka tersebut berada dalam kategori baik hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah pada Bank BJB Cabang Buah Batu di nilai sangat baik oleh responden.

3.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9.191	1.436		6.399
	x	.424	.033	.795	12.977

a. Dependent Variable: y

Hasil olah data regresi menghasilkan persamaan $Y = 9,191 + 0,424X$ Hal ini berarti setiap penambahan 1 poin layanan EDC Mobile dan Garansi Bank, diprediksi akan meningkatkan sebesar 0,424 atau 42,4% minat nasabah pada Bank BJB Cabang Buah Batu

3.6 Hasil Uji Persial (Uji t)

Tabel 3.2 Hasil Uji Persial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9.191	1.436		6.399
	x	.424	.033	.795	12.977

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji t di atas, diperoleh nilai t hitung adalah sebesar 12,977 sedangkan untuk menghitung nilai t tabel dengan ketentuan taraf sig 0,05

3.7 Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Tabel 3.3 Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1257.309	1	1257.309	168.402	.000 ^a
	Residual	731.681	98	7.466		
	Total	1988.990	99			

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel layanan EDC Mobile dan Garansi Bank memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah

3.8 Koefisien Determinasi (R square)

Tabel 3.8 Koefisien Determinasi (R square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.628	2.73242

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Besarnya R square menunjukkan angka 0,632 sehingga dari hasil pengolahan data regresi sederhana layanan EDC Mobile dan Garansi Bank terhadap minat nasabah, data diatas bahwa pada tingkat layanan EDC Mobile dan Garansi Bank mempengaruhi pada minat nasabah sebesar 0,632 artinya ekuitas minat nasabah sebesar 63,2% selebihnya $(100 - 63,2\%) = 36,8\%$ dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian seperti atmosphere, kualitas kinerja karyawan, kepuasan nasabah dll.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai jumlah rata-rata presentase variabel layanan EDC Mobile dan Garansi Bank pada nasabah memperoleh presentase sebesar 67% dan variabel minat nasabah (Y) pada nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu memperoleh presentase sebesar 68,70% sehingga masuk dalam kategori “cukup setuju” dengan demikian dapat diartikan bahwa layanan EDC Mobile dan Garansi Bank yang dilakukan Bank BJB Cabang Buah Batu berdampak positif atau dinilai baik bagi para nasabah.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai “Pengaruh Layanan EDC Mobile Dan Garansi Bank Terhadap Minat Nasabah” Studi kasus pada Nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu, dapat disimpulkan bahwa layanan EDC Mobile dan Garansi 0,632 artinya layanan EDC Mobile dan Garansi memberikan pengaruh terhadap minat nasabah sebesar 63,2% selebihnya $(100 - 63,2\%) = 36,8\%$ dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian seperti atmosphere, kualitas kinerja karyawan, kepuasan nasabah dll.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Adapun saran yang akan peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Layanan EDC Mobile Dan Garansi Bank Terhadap Minat Nasabah” Studi kasus pada Nasabah Bank BJB Cabang Buah Batu adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terhadap variabel layanan EDC Mobile dan Garansi Bank (X) yang dilakukan Bank BJB Cabang Buah Batu secara keseluruhan sudah baik, tetapi pada Item pernyataan yang ke-8 memiliki skor terendah terdapat pada indikator tempat (*place*) lokasi Bank BJB Cabang Buah Batu “Menurut anda apakah Anda merasa puas dengan lokasi parkir Bank BJB Cabang Buah Batu” memiliki persentase paling rendah yaitu sebesar 60,5 % sehingga akan lebih baik lagi apabila Bank BJB Cabang Buah Batu lebih memperluas tempat parkir untuk meningkatkan kenyamanan nasabah.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini hanya berfokus pada layanan EDC Mobile dan Garansi Bank terhadap minat nasabah dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan kuantitatif saja, akan lebih baik jika penelitian selanjutnya bisa menggunakan teknik analisis tambahan yang lebih banyak dan lebih akurat.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain seperti produk, harga, promosi, kualitas kerja staf atau faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- [2] Abdul, Manap, H. 2016 . *Revolusi Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Mitra Wacana Media.
- [3] Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- [4] Tjiptono, Fandy., dan Chandra, Gregorius. (2014). *Pemasaran Strategi* (ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [5] Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Erlangga:Jakarta.
- [6] Kotler, Phillip., dan Armstrong, Gary. 2012. *Principle of Marketing* ed. New Jersey : Pearson Education Limited.
- [7] Kotler, Philip., dan Keller, L. Kevin. 2016. *Marketing Management*. USA: PT Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 15*. Erlangga:Jakarta.