



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Universitas Muhammadiyah Pontianak



# Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Taserna Pada Kantor Cabang Utama Pt. Bank Kalbar

Markani Markani, Helman Fachri, Devi Yasmin Markani Markani

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

## INFO ARTIKEL

Kata kunci:

Atribut Produk, Loyalitas  
Nasabah, Tabungan,  
PT. Bank Kalbar

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap loyalitas nasabah tabungan Taserna pada Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu: observasi, wawancara, kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Tabungan Taserna yang masih aktif di Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar. Dalam hal ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang masih aktif menggunakan Tabungan Taserna di Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar. Nasabah yang dijadikan sampel minimal melakukan satu kali transaksi dalam 1 bulan serta sudah menjadi nasabah lebih dari 3 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana yang pengolahan datanya dengan SPSS for windows 17.00. Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap loyalitas nasabah tabungan Taserna pada Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar.

Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi sederhana ( $R$ ) yang diperoleh adalah sebesar 0,868. Jika nilai ini dibandingkan dengan nilai  $R$  seperti yang terdapat pada tabel pedoman dan diinterpretasi terhadap nilai  $R$ , maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara atribut produk ( $X$ ) terhadap loyalitas nasabah tabungan Taserna pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Kalbar Pontianak ( $Y$ ) adalah sangat kuat karena 0,868 berada pada rentang 0,800-1,000 artinya jika nilai atribut produk meningkat maka nilai loyalitas nasabah juga akan meningkat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh adalah sebesar 0,753. Artinya pengaruh atribut produk tabungan Taserna terhadap variasi naik turunnya loyalitas nasabah pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Kalbar Pontianak adalah sebesar 75,30%, dan sisanya sebesar 24,70% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Pengujian uji kelayakan model (Uji  $F$ ) ini menunjukkan nilai 298,679 ( $F$  hitung) > 3,09 ( $F$  tabel). Sedangkan nilai signifikansi  $F$  tersebut 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh atribut produk tabungan Taserna pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Kalbar

## 1. Pendahuluan

Persaingan antar bank di Indonesia memunculkan era baru perbankan. Era baru yang dimaksud adalah era yang dinamis dimana tingkat persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun pasar internasional, khususnya persaingan bisnis antar jasa layanan bank. Menurut Kasmir (2008:2): "Bank secara sederhana diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya". Banyaknya bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Masing-masing bank berlomba menarik dana dari masyarakat, baik dengan tawaran hadiah maupun bunga

yang tinggi. Dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan tersebut, maka bank-bank harus jeli dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan dari nasabah. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang lebih murah, pelayanan yang lebih baik dan dapat memuaskan kebutuhan nasabah serta produk yang variatif sehingga timbul loyalitas.

Persamaan produk/jasa, kemudahan pelayanan membuat perbankan menjadi industri yang homogen. Untuk memenangkan persaingan dalam industri yang homogen, salah satu caranya adalah menyediakan pelayanan yang berkualitas dan produk yang variatif yang bisa membedakan suatu bank dengan bank yang lain. Dari sekian banyak jumlah bank yang ada, masing-masing menawarkan kriteria-kriteria dan keunggulan yang berbeda-beda, kriteria dan keunggulan tersebut merupakan bahan pertimbangan nasabah untuk melakukan pemilihan bank. Tanpa adanya data dan informasi yang jelas sebagai penunjang proses pemilihan bank, maka pemilihan menjadi tidak obyektif dan seringkali terjadi kekeliruan. Hal ini akan mengakibatkan kerugian materiil dalam jangka waktu yang lama baik dari bank maupun nasabah itu sendiri.

PT. Bank Kalbar adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan daerah. Tingginya tingkat persaingan usaha perbankan khususnya dalam penghimpunan dana pihak ketiga saat ini, menuntut perusahaan untuk dapat terus meningkatkan pencapaian target dana pihak ketiga khususnya tabungan. Potensi masyarakat untuk menyimpan dana dalam bentuk tabungan juga cukup besar, hal ini tercermin dari rata-rata pertumbuhan nominal tabungan di Indonesia secara nasional yang cukup baik. Komposisi dana Tabungan PT. Bank Kalbar terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) masih belum begitu besar jika dibandingkan dengan bank-bank kompetitor. Kondisi tersebut menuntut PT. Bank Kalbar untuk dapat mengembangkan strategi yang tepat dalam penghimpunan dana tabungan dari masyarakat.

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998, adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dana pihak ketiga adalah dana-dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha yang ada di Kalimantan Barat, yang diperoleh PT. Bank Kalbar salah satunya dari Tabungan Taserna. Oleh karena itu, semakin besar simpanan masyarakat pada Tabungan Taserna pada PT Bank Kalbar akan semakin besar penyaluran kredit yang dapat dilakukannya. Penurunan jumlah nasabah dan simpanan masyarakat pada produk Tabungan Taserna akan berdampak pada *Loan to Deposit Ratio* (LDR) di Bank Kalbar karena, semakin kecil dana yang akan dihimpun oleh PT Bank Kalbar melalui tabungan Taserna untuk disalurkan ke sektor riil dan untuk mempercepat pertumbuhan di Kalbar melalui penyaluran kredit. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) di Bank Kalbar adalah rasio antara jumlah kredit yang diberikan Bank Kalbar dengan dana yang diterima oleh Bank Kalbar itu sendiri.

Taserna (Tabungan Serbaguna) merupakan produk tabungan yang dikeluarkan Bank Kalbar dalam rangka membangun potensi dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah Kalimantan Barat. Taserna diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat, badan usaha atau perorangan. Taserna merupakan produk original dari Bank Kalbar yang diharapkan lebih berkembang dibandingkan dengan produk jenis lainnya. Taserna dulunya lebih banyak digunakan untuk pembayaran Gaji Pegawai Negeri Sipil, serta sebagai syarat mutlak untuk mendapatkan kredit pada PT Bank Kalbar. Pada saat ini Taserna diharapkan perkembangannya lebih menonjol dan meningkat daripada tabungan jenis lainnya yang ada di Bank Kalbar.

Bank harus memperhatikan atribut yang terdapat dalam jasa tersebut. Atribut produk merupakan karakteristik atau sifat suatu jasa yang mengacu pada karakteristik yang berfungsi sebagai kriteria evaluatif dalam pengambilan keputusan pembelian. Salah satu jasa bank yang diperlukan masyarakat adalah tabungan, disamping jenis simpanan lain dan kredit. Atribut-atribut yang terdapat dalam tabungan seperti kualitas/mutu, suku bunga, jaminan dan keamanan, pelayanan produk dan teknologi yang dimiliki dan diberikan oleh bank tersebut yang harus mencerminkan kemudahan dan fleksibilitas sehingga hasilnya dapat memuaskan nasabah.

Loyalitas pelanggan adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Menurut Griffin (2003:31) :” Pelanggan adalah seseorang yang terbiasa membeli suatu produk”. Kebiasaan itu terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu. Tanpa ada *stock record* hubungan yang kuat dan pembelian ulang, orang tersebut bukanlah pelanggan. Sedangkan Menurut Tjiptono (2002:108): “Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang setia pada merek tertentu yang cenderung terikat pada merek dan akan membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya”. Pengertian di atas menurut penulis menunjukkan bahwa loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah terhadap perusahaan atau produk tertentu yang timbul atas dasar kesadaran sendiri tanpa adanya suatu paksaan dalam jangka waktu yang lama.

Untuk mengetahui jumlah nasabah tabungan pada Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar mulai Tahun 2011 sampai dengan Tahun 2013 dapat dilihat Pada Tabel 1:

**Tabel 1.** Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Jumlah Nasabah Tabungan Tahun 2012-2014

Jenis Tabungan	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
Tabanas	278	204	211
Taserna	36.229	29.782	28.169
Simpeda	43.519	42.826	43.286
Simpeda KPE	9.523	14.736	17.405
Tabungan KU	2.160	2.659	2.971
Total	91.709	90.203	92.042

Sumber: Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Pontianak, 2015

Pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah tabungan yang ada di Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Pontianak dari Tahun 2011-2013 mengalami fluktuasi seperti Tabanas dan Simpeda dan bahkan ada yang naik seperti Tabungan Simpeda KPE dan Tabungan KU, akan tetapi jumlah nasabah pada Tabungan Taserna mengalami penurunan selama 3 Tahun terakhir.

Dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pada Tahun 2013 pada produk tabungan Tabanas turun sebesar 26,62 % jika dibandingkan dengan Tahun 2014 sedangkan pada Tahun 2015 naik sebesar 3,43 %. Pada Tahun 2013 jumlah nasabah pada produk Taserna turun sebesar 17,80 % sedangkan pada Tahun 2014 turun sebesar 5,40%. Pada Tahun 2013 produk Simpeda turun sebesar 1,59 % sedangkan pada Tahun 2014 naik sebesar 1,07 %. Pada Tahun 2013 jumlah nasabah pada produk tabungan Simpeda KPE naik sebesar 54,74 % sedangkan pada Tahun 2014 naik sebesar 18,73 %. Pada Tahun 2013 produk Tabungan KU naik sebesar 23,10% jika dibandingkan dengan Tahun 2012 sedangkan pada Tahun 2014 naik sebesar 11,73%.

Untuk mengetahui jumlah nominal saldo tabungan yang ada pada Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Pontianak mulai Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2014 dapat dilihat Pada Tabel 2:

**Tabel 2.** Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Pontianak Jumlah Saldo Tabungan Tahun 2012-2014 (Rupiah)

Jenis Tabungan	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
Tabanas	144.953.836,38	131.513.829,77	132.954.568,84
Taserna	192.906.343.074,84	167.534.563.570,87	163.648.457.247,39
Simpeda	389.065.955.079,61	388.286.828.563,43	401.237.565.457,84
Simpeda KPE	10.119.106.827,20	25.873.420.438,92	31.247.358.145,47
Tabungan KU	1.558.074.181,07	2.541.200.017,80	2.978.784.897,57
Jumlah	593.794.432.999,10	584.367.526.420,79	599.245.120.317,11

Sumber: Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Pontianak, 2015

Pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa jenis simpanan pada tabungan yang ada di Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Pontianak dari Tahun 2012-2014 mengalami fluktuasi seperti Tabanas dan Simpeda dan bahkan ada yang naik seperti Tabungan Simpeda KPE dan Tabungan KU, akan tetapi untuk jenis Tabungan Taserna mengalami penurunan nilai nominal selama 3 Tahun berturut-turut.

Pada Tahun 2013 produk Tabanas turun sebesar 9,27 % jika dibandingkan dengan Tahun 2012 sedangkan pada Tahun 2014 naik sebesar 1,08 %. Pada Tahun 2013 produk Taserna turun sebesar 13,15% sedangkan pada Tahun 2014 turun sebesar 2,37%. Pada Tahun 2013 produk Simpeda turun sebesar 0,20 % sedangkan pada Tahun 2014 turun sebesar 2,37%. Pada Tahun 2013 produk Simpeda KPE naik sebesar 155,69 % sedangkan pada Tahun 2014 naik sebesar 17,20%. Pada Tahun 2013 produk Tabungan KU naik sebesar 63,10 % jika dibandingkan dengan Tahun 2012 sedangkan pada Tahun 2014 naik sebesar 14,67%.

Adapun bank pembanding dari KCU PT Bank Kalbar yakni Bank BNI 46 pada Kantor Cabang Utama di Pontianak dapat dilihat Pada Tabel 3 berikut ini.

**Tabel 3.** Kantor Cabang Utama PT. BNI (Persero) Tbk Pontianak Jumlah Nasabah Taplus (Tabungan Plus) Tahun 2012-2014

Jenis Tabungan	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
BNI Taplus	15.123	16.976	18.548
BNI Taplus Utama	2.676	3.117	3.978
BNI Haji	234	261	409
BNI Tapanas	421	514	714
Jumlah	18.454	20.868	23.649

Sumber: Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Pontianak, 2015

Dapat diketahui pada Tabel 3 bahwa jumlah nasabah pada Tahun 2013 produk BNI Taplus naik sebesar 12,25 % jika dibandingkan dengan Tahun 2012 sedangkan pada Tahun 2014 naik kembali sebesar 9,26 %. Pada Tahun 2013 jumlah nasabah pada produk BNI Taplus Utama naik sebesar 16,48 % sedangkan pada Tahun 2014 naik kembali sebesar 27,62 %. Pada Tahun 2013 produk BNI Haji naik sebesar 11,54 % sedangkan pada Tahun 2014 naik sebesar 56,70 %. Pada Tahun 2013 jumlah nasabah pada produk tabungan BNI Tapanas naik sebesar 22,09 % sedangkan pada Tahun 2014 naik kembali sebesar 38,91 %.

Dari pra survei awal wawancara dengan kepala Analis Senior di KCU PT. Bank Kalbar diperoleh keterangan awal salah satu penyebab turunnya Tabungan Taserna ini dikarenakan sejak diberlakukannya Kartu Pegawai Elektronik (KPE) bagi PNS, gaji yang selama ini melalui Taserna secara otomatis beralih kepada Simpeda karena contohnya membuat KPE para PNS diwajibkan membuka Tabungan Simpeda. Bebas biaya administrasi bulanan untuk tabungan lain dan ATM, saldo minimum yang sangat rendah dari Taserna, (Saldo minimum KPE sebesar Rp. 20.000,00 sedangkan saldo minimum Taserna Rp.

50.000,00). Taserna yang selama ini sebagai syarat untuk mendapatkan kredit pada PT. Bank Kalbar juga untuk saat ini tidaklah menjadi syarat mutlak harus jenis Taserna, bahkan jenis tabungan lain boleh digunakan. Undian Taserna dilakukan selama 2 kali setahun, sedangkan tabungan lain sebanyak 3 kali dalam setahun. Biaya *on line* Taserna ke cabang Bank Kalbar lainnya berubah ketentuan dari bebas biaya menjadi kena biaya, sehingga sangat sulit untuk menawarkan produk tabungan ini ke masyarakat karena tidak ada kelebihan nilai jual untuk dipasarkan kepada nasabah yang dulunya loyal terhadap Tabungan Taserna. Hal ini dapat saja memberikan citra yang kurang baik kepada nasabah. Walaupun demikian masih ditemui banyaknya nasabah yang loyal menggunakan produk Tabungan Taserna dengan segala atribut produk yang ada.

Atribut yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi produk sebagian besar adalah *search qualities*, yaitu atribut atau karakteristik yang bisa dievaluasi pelanggan sebelum pembelian dilakukan, contohnya harga. Jasa yang lebih bersifat *intangible* memiliki lebih banyak komponen *experience qualities*, yaitu karakteristik atau atribut yang hanya bisa dievaluasi setelah pembelian atau konsumsi (seperti ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapian hasil).

Adapun pengertian atribut produk menurut Kotler dan Armstrong (2004: 347) yaitu: "Atribut produk merupakan pengembangan produk dan jasa pendefinisian manfaat-manfaat yang akan ditawarkan". Sedangkan atribut produk menurut Tjiptono (2008:103) adalah: "Unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan". Atribut produk meliputi merek, harga, desain, jaminan, kualitas dan pelayanan produk. Simamora (2004:539) menyatakan bahwa: "Atribut produk adalah manfaat-manfaat yang akan diberikan oleh produk, manfaat-manfaat ini dikomunikasikan dan dipenuhi oleh atribut-atribut yang berwujud seperti merek produk, mutu produk, ciri produk, desain produk, label produk, kemasan produk, serta layanan pendukung produk".

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh atribut produk tabungan Taserna terhadap loyalitas nasabah pada Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar Pontianak

## 2. Metode Penelitian

### 21. Bentuk Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan objek penelitian nasabah Tabungan Taserna pada Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar. Menurut Sugiyono (2004: 11), metode deskriptif adalah: "Penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian".

### 22. Metode Pengumpulan Data

#### a. Pengamatan (observasi)

Suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian. Terutama yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. Pengamatan dilakukan terhadap atribut Tabungan Taserna terhadap loyalitas nasabah di Kantor Cabang Utama PT. Bank Kalbar yang berlokasi di Jalan Rahadi Osman, No.10, Pontianak.

#### b. Wawancara

Mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pemimpin maupun responden guna memperoleh informasi yang lengkap dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

#### c. Kuesioner

Membuat daftar pertanyaan yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan ditujukan pada nasabah yang menggunakan Tabungan Taserna di Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar yang dipilih sebagai responden.

### 23. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Arikunto (2006:130) mengatakan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi meliputi seluruh nasabah Tabungan Taserna yang masih aktif di Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar.

#### b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap dapat mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Sampel yang *purposive* adalah sampel yang dipilih secara cermat sehingga relevan dengan penelitian. Dalam hal ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang masih aktif menggunakan Tabungan Taserna di Kantor Cabang

Utama PT Bank Kalbar. Nasabah yang dijadikan sampel minimal melakukan satu kali transaksi dalam 1 bulan serta sudah menjadi nasabah lebih dari 3 tahun.

c. Pengukuran variabel penelitian

Untuk memudahkan pengukuran data kuantitatif maka dipergunakan skala Likert, jawaban dibatasi menjadi beberapa alternatif pilihan yang mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan sangat negatif dimana jawaban responden diberi skor contohnya: 5 = Sangat setuju, 4 = Setuju, 3 = Kurang setuju, 2 = Tidak setuju dan 1 = Sangat tidak setuju.

#### 24. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang telah diperoleh dari Kantor Cabang Utama PT Bank Kalbar di Pontianak dianalisis secara kuantitatif yaitu setelah data-data dan keterangan-keterangan dari hasil penelitian diperoleh, kemudian dilakukan tabulasi dan disajikan dalam bentuk tabel-tabel, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan bantuan SPSS 17.00.

a. Uji Instrumen

1). Uji validitas

Untuk mengetahui tingkat validitas suatu instrumen penelitian, maka sebelum instrumen tersebut digunakan, terlebih dahulu dilakukan uji coba dan hasilnya dianalisis. Sedangkan untuk menguji tingkat validitas instrumen penelitian, dapat digunakan teknik dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total, dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*.

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Di mana:

X = Skor pernyataan Y = Skor total

Perhitungan validitas alat ukur dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputer, dengan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) for window program analisis kesahihan butir. Kriteria keputusannya adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2). Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliabel atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas instrument menggunakan internal konsistensi, yang menurut Sugiyono (2004: 264) "Internal konsistensi dapat dilakukan dengan cara mencobakan instrument sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu sehingga hasil dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrument". Kriteria keputusannya adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen dinyatakan reliabel. Dan, jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang sesuai dengan kondisi sesungguhnya. Untuk pengujian reliabilitas digunakan *cronbach alpha* dengan bantuan program SPSS 17.00. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan, jika nilai *cronbach alpha*  $>$  0.60 maka reliabel dan jika nilai *cronbach alpha*  $<$  0,60 maka tidak reliabel.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji grafik dan uji signifikansi Kolmogorov-Smirnov.

c. Alat Analisis

### 1) Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Analisa korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan keeratn hubungan antara dua variabel melalui sebuah bilangan yang disebut koefisien korelasi. Analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) digunakan untuk mengetahui keeratn hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel.

Nilai korelasi ( $r$ ) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun).

Menurut Sugiyono (2004 : 183) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00	-	0,199	=	sangat rendah
0,20	-	0,399	=	rendah
0,40	-	0,599	=	sedang
0,60	-	0,799	=	kuat
0,80	-	1,000	=	sangat kuat

### 2). Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variasi naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai  $R^2$  yang semakin besar (mendekati satu) menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas (X) yang besar terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya jika  $R^2$  semakin kecil atau mendekati nol maka dikatakan pengaruh variabel bebas (X) lebih kecil terhadap variabel terikat (Y).

Rumus yang dapat digunakan untuk mencari nilai koefisien determinasi adalah:

$$r^2 = \frac{\text{Jumlah kuadrat regresi}}{\text{Jumlah kuadrat total terkoreksi}}$$

### 3). Uji Kelompok Model (Uji F)

Uji Kelompok Model yaitu uji untuk menguji apakah model regresi yang dibuat dapat/signifikan atau tidak dapat/non signifikan. Jika model signifikan maka model dapat digunakan untuk prediksi/peramalan, sebaliknya jika non/tidak signifikan maka model [regresi](#) tidak dapat digunakan untuk peramalan.

Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau bisa dikatakan jika F hitung > F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sebaliknya, jika F hitung < F tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Rumus yang dapat digunakan untuk mencari nilai F hitung adalah:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 K}{1-R^2 (n-k-1)}$$

Di mana:

$R^2$  = koefisien determinasi

K = jumlah variabel independen

N = jumlah sampel

F = uji hipotesis

Sedangkan untuk mencari nilai F tabel dapat dicari dengan menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05; derajat kebebasan (dk) pembilang = m; dan derajat kebebasan (dk) penyebut = n-k-1.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  = Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh atribut produk.

$H_a$  = Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh atribut produk

Kriteria penerimaan atau penolakan  $H_0$  pada tingkat kepercayaan 95% (tingkat kesalahan 5%), yaitu sebagai berikut :  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bila, jika F hitung > F tabel: sedangkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak bila, jika F hitung < F tabel.

### 3. Hasil dan Pembahasan

1. Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:  $\hat{Y} = 0,052 + 0,962X$ . persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini menunjukkan jika variabel atribut produk  $X = 0$ , nilai variabel loyalitas nasabah tabungan Taserna (Y) adalah 0,052. Koefisien regresi sebesar 0,962 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel atribut produk (X) akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,962 pada nilai variabel loyalitas nasabah Tabungan Taserna
2. Nilai koefisien korelasi sederhana (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,868. Jika nilai ini dibandingkan dengan nilai R seperti yang terdapat pada tabel pedoman dan diinterpretasi terhadap nilai R, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara atribut produk (X) terhadap loyalitas nasabah tabungan Taserna pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Kalbar Pontianak (Y) adalah sangat kuat karena 0,868 berada pada rentang 0,800-1,000 artinya jika nilai atribut produk meningkat maka nilai loyalitas nasabah juga akan meningkat.
3. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh adalah sebesar 0,753. Artinya pengaruh atribut produk tabungan Taserna terhadap variasi naik turunnya loyalitas nasabah pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Kalbar Pontianak adalah sebesar 75,30%, dan sisanya sebesar 24,70% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini
4. Pengujian uji kelayakan model (Uji F) ini menunjukkan nilai 298,679 (F hitung) > 3,09 (F tabel). Sedangkan nilai signifikansi F tersebut 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh atribut produk tabungan Taserna pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Kalbar.

### Saran

1. PT. Bank Kalbar perlu memperbaiki kebijakan pada atribut produk tabungan Taserna yang masih dianggap kurang baik seperti pada variabel mutu/kualitas produk dan suku bunga.
2. PT. Bank Kalbar sebaiknya mempertahankan kebijakan pada atribut produk yang telah dianggap baik oleh responden seperti: jaminan dan keamanan, keamanan transaksi perbankan menggunakan Tabungan Taserna, penanganan keluhan, kerahasiaan tabungan Taserna, prosedur pembukaan tabungan Taserna dan transaksi untuk tabungan Taserna yang cepat dan akurat, pelayanan jaringan ATM untuk tabungan Taserna, fasilitas *phone banking* untuk nasabah tabungan Taserna, kualitas pelayanan tabungan Taserna, kecepatan proses pelayanan karyawan bank terhadap nasabah. Pada variabel teknologi seperti fasilitas *phone banking* aplikasinya dan layanan *internet banking*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Lingga. 2012. Perkembangan Teknologi Perbankan di Indonesia. , jurnal JSB Vol. 11 No. 1.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bilson Simamora, 2004. *Membongkar Kotak Hitam*, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Capra, Fritjof. 2004. *Titik Balik Peradaban*. Diterjemahkan dari *The Turning Point* oleh M. Thoyibi. Yogyakarta: Bentang.
- Davis, Gordon B, 2002 *Sistem Informasi Manajemen*, PPM, Jakarta
- Djoyohadikusumo, Sumitro, 2004, *Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*, Jakarta : LPES
- Djumhana, Muh, 2003, *Hukum Perbankan diIndonesia*, PTCitra AdityaBakti, Bandung .
- Griffin Jill, 2003, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta, Erlangga.
- Hasibuan, Malayu. 2008. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Hurriyati, Ratih, 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta:Bandung.
- Kasali, Rhenald. 2005, *Membidik Pasar Indonesia melalui Segmentasi, Targeting dan Positioning*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kasmir, 2008, *Manajemen Perbankan*, edisi revisi delapan, Penerbit : RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh, Penerbit: PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad dan Suhardjono, 2002, *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE
- Miru Ahmad dan Yodo Sutarman, 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Palilati, Alida. 2006. *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 9 No.1
- Pardede Marulak. 2004. *Perspektif Perlindungan Hukum Simpanan Dana Nasabah Pada Bank*. Jurnal Hukum Bisnis. Volume 11 No. 7.
- Sadono Sukirno. 2006. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Anggraini, 2009, *Analisis Pengaruh Atribut Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Pada BRI Capem Kedungwuni*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 11 No.3
- Susilo Sri, Triandaru Sigit dan Santoso Totok Budi. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Andi, Yogyakarta.



Tjiptono, Fandy. 2008, *Strategi pemasaran*. Penerbit ANDI, Yogyakarta

Ujiawan, Andi. 2009. Sikap Nasabah terhadap Atribut-Atribut Produk Tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa Ulujami Pemalang, (Skripsi-Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga.)

Umar, Husain, 2002, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Cetakan Pertama, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.

UU. No. 10 Tahun 1998, Pokok Perbankan.