

**PENGARUH KUALITAS, PERSEPSI, PEMBIAYAAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN TABUNGAN S DI BANK F
PONOROGO**

Fitri Wahyu Pratiwi¹
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
Fitriwahyu12@gmail.com

Isharijadi²
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
isharijadi57@gmail.com

Juli Murwani¹
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
jmurwani@unipma.ac.id

ABSTRAK

Riset ini berfungsi untuk memahami keputusan nasabah menggunakan tabungan S di bank F Ponorogo. Riset ini memakai pendekatan kuantitatif. Pengambilan representatif melalui teknik Insidental Sampling dan jumlah responden sebanyak 400 responden. Uji kelayakan data memakai uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Nilai riset membuktikan jika terdapat dampak yang positif serta signifikan oleh Kualitas, Persepsi serta Pembiayaan Produk kepada Keputusan Nasabah Memakai Tabungan S di Bank F Ponorogo. Hasil penelitian bahwa kualitas, persepsi, pembiayaan produk memenuhi kebutuhan nasabah baik kualitas fitur penggunaan yang mempermudah proses bertransaksi mempengaruhi persepsi nasabah yang ingin menggunakan proses penyimpanan dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan bagi nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Persepsi Produk; Pembiayaan Produk; Keputusan Nasabah.

PENDAHULUAN

Dewasa ini masyarakat melakukan transaksi keuangan melalui bank, sehingga sangat dibutuhkan karena masyarakat menganggap lembaga keuangan yang aman untuk melakukan transaksi perbankan. Tidak hanya melalui segi keamanan saja yang dicari oleh nasabah melainkan juga berbagai keuntungan serta kecanggihan yang diperoleh dari fasilitas menabung tersebut. Semakin kompleksnya berbagai macam produk bank yang ditawarkan kepada nasabah membuat nasabah semakin bimbang untuk

memilihnya. Oleh karena itu perilaku bank kepada nasabah dapat mempengaruhi sikap dan persepsi nasabah terhadap ciri khas perbankan. Banyaknya bank syariah yang mulai bermunculan sebagai tanda perkembangan dunia perbankan, sehingga menuntut kepekaan bank konvensional sesuai permintaan dan kebutuhan sikap penabung agar si penabung tidak beralih ke kantor syariah atau pun ke perbankan yang lainnya. Untuk memenangkan dari kompetitor ditengah ketatnya persaingan dalam dunia perbankan, bank konvensional harus mengetahui strategi yang tepat, salah satunya yaitu dapat dipengaruhi oleh hasil yang ditawarkan dan dihadiahkan ke nasabah. Kualitas produk yang beli nasabah berhubungan dengan keputusan nasabah dalam menggunakan produk yang bersangkutan. Jika nasabah tertarik dan membeli maka dapat dikatakan kualitasnya baik, namun jika nasabah tidak tertarik dan membeli maka dapat dikatakan kualitasnya kurang baik.

Kualitas yakni kombinasi antara sifat dan ciri khas yang menetapkan sejauh mana output supaya memenuhi kewajiban keperluan penabung serta menilai sampai seberapa jauh sifat dan ciri khas dapat melengkapi keperluannya (Tjiptono 2008). Persepsi yakni tahapan seseorang memastikan, mengklasifikasikan serta mengasosiasikan laporan guna membentuk suatu yang berguna (Kotler dan Armstrong 2008). Pembiayaan yakni pemasokan uang atau utang yang bersamaan dengan itu berlandaskan kesepakatan antara bank dengan pihak luar yang mengharuskan pihak tersebut dibiayai guna mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah masa jatuh tempo yang ditetapkan dengan melalui bagi hasil (Kasmir 2008).

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Harris & Irham (2012) berdasarkan pengujian menunjukkan jika kualitas memiliki pengaruh kepada ketetapan nasabah melalui minat menyimpan uang. Sarwita (2017) berdasarkan hasil pengujian mengatakan jika kualitas pelayanan serta promosi berkolaborasi guna memotivasi minat keputusan nasabah. Pardede & Haryadi (2017) berlandaskan riset mnunjukkan jika persepsi memilki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Gampu, Kawet & Uhing (2015) berdasarkan riset hasil menunjukkan aspek tersebut memberikan pengaruh yang dominan kepada keputusan pembelian hal tersebut disebabkan karena setiap orang memiliki persepsi yang tidak sama. Rahmawaty (2014) berdasarkan hasil pengujian persepsi mengenai keyakinan hukum bunga bank, pandangan tersebut

memperlihatkan jika persepsi mengenai bunga bank bisa mempengaruhi minat menggunakan produk bank. Astuti & Mustikawati (2014) berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil kecenderungan variable persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat menabung nasabah. Sumantri (2014) berdasarkan pengujian menunjukkan semakin tinggi pembiayaan produk maka semakin besar minat untuk menjadi nasabah. Subagiyo (2016) berdasarkan penelitian yang di dapat menghasilkan adanya pengaruh keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan yang ditawarkan, hal tersebut dapat memengaruhi keputusan minat nasabah. Fadhila (2015) mengemukakan hasil riset yakni tidak adanya pengaruh pembiayaan terhadap keputusan nasabah dikarenakan pembiayaan tersebut akan meningkatkan biaya yang dikeluarkan oleh bank sehingga laba yang didapat kemungkinan tidak sesuai yang diharapkan. Riyadi (2014) berdasarkan penelitian pembiayaan mengalami kenaikan yang dapat berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Setiawan (2012), bisa diringkas berlandaskan pengujian menunjukkan pengaruh kualitas, persepsi dan pembiayaan produk kepada ketetapan penabung guna menyimpan uang yakni signifikan positif yang berarti bahwa kualitas, persepsi dan pembiayaan produk lebih diunggulkan maka bisa berpengaruh kepada peningkatan keputusan nasabah untuk menyimpan uang.

Berdasarkan dari pengertian kualitas produk yang saya perdalam dapat memberikan keperluan serta keputusan penabung yang dilihat melalui tahapan mutu barang, agar bisa melengkapi kebutuhan dan akhirnya si penabung akan merasa terpenuhi harapannya. Kualitas produk bisa diperoleh dengan baik melalui penabung jika kompetensi penyedia produk tabungan bisa melengkapi keinginan penabung secara konsisten. Hal tersebut dapat mempengaruhi nasabah dalam penggunaan produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Bank F dengan objek seluruh nasabah pengguna Tabungan S tahun 2016-2018. Waktu pelaksanaan yang dimulai pada bulan Maret sampai dengan pada bulan Juni yang dimulai dengan perencanaan program penelitian yang akan dilakukan sampai dengan penyusunan laporan hasil dari penelitian ini. Pendekatan yang dilakukan pada riset tersebut yakni metode kuantitatif melalui sistem analisis data statistik diskriptif. Populasi yang peneliti gunakan dalam riset ini ialah

seluruh nasabah tabungan sebanyak 400 responden, dengan teknik pengambilan sampling menggunakan *insidental sampling* dengan rumus slovin.

Pemilihan teknik pengumpulan data yang digunakan ialah menggunakan angket/kuesioner yang dapat digunakan untuk pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan ialah menggunakan angket/kuesioner.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Model	t	Signifikan	
1.	konstan	20,334	0,0000
	X1	2,492	0,13
	X2	2,964	0,03
	X3	4,762	0,00

Berdasarkan hasil dari uji t pada variabel kualitas produk memperoleh t_{hitung} senilai 2,492 memiliki nilai angka signifikan senilai 0,13, hal tersebut menyatakan jika variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan kepada keputusan nasabah dikarenakan setelah melihat dari responden nasabah pada PT. F cabang Ponorogo menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan pada ATM tabungan S memiliki kelebihan dari segi bentuk dan memiliki masa manfaat yang lebih lama, namun sebaliknya produk tabungan S tidak semua tagihan dapat digunakan melalui ATM tersebut, hanya dapat digunakan membayar untuk tagihan tertentu saja serta pelayanan Bank F cabang Ponorogo belum ada pelayanan di semua kecamatan hanya ada di beberapa kecamatan saja hal itu dikarenakan setelah mengamati para nasabah tabungan S Bank F cabang Ponorogo dapat membantu memberikan tabungan S kepada nasabah namun terbatas oleh tempat tinggal mereka yang masih sulit untuk menjangkaunya. Pada variabel persepsi produk memperoleh t_{hitung} senilai 2,964 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,03, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dikarenakan hal tersebut setoran awal tabungan S yang sangat terjangkau sehingga dapat menguntungkan nasabah yang ingin menabung dan memilih produk tersebut dan juga tidak dikenai potongan biaya administrasi jika ingin bertransaksi dengan beda bank. Hal tersebut dilakukan setelah melihat dari responden nasabah tabungan S yang

memiliki masing-masing persepsi dan yang tidak mudah dipengaruhi dalam hal pengambilan keputusan. Pada variabel pembiayaan produk diperoleh thitung sebesar 4,762 dan nilai signifikan sebesar 0,00 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pembiayaan produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dikarenakan nasabah tabungan S ada yang sulit memahami informasi yang diperoleh melalui penyedia jasa baru dan bagi nasabah yang ingin beralih ke penyedia jasa baru bisa dirugikan dengan di hanguskan pointnya yang sudah didapatkan yang tidak akan diberikan oleh nasabah baru, serta untuk nasabah tabungan S tidak dirugikan dengan biaya pribadi sehingga semakin menguntungkan bagi nasabah tabungan S.

Pengujian hipotesis ini untuk mengetahui sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama yang dimaksud seberapa besar pengaruh dari variabel Kualitas, Persepsi dan Pembiayaan Produk terhadap Keputusan Nasabah Tabungan S Bank F.

Model	F	Sig
Regression	75,406	0,00

Berdasarkan kurva uji F dijelaskan bahwa besarnya F_{hitung} : 75,406 dan F_{tabel} : 3,018 ; brarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada tingkat kesalahannya 5%, besarnya signifikan probabilitas $0,00 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka kesimpulannya bahwa variabel Kualitas, Persepsi dan Pembiayaan Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

Kualitas, persepsi dan pembiayaan produk berpengaruh simultan terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank Jatim Cabang Ponorogo. Dari penelitian tersebut pengaruh tertinggi dalam keputusan nasabah yaitu secara keseluruhan nasabah merasa mudah dalam bertransaksi melalui Tabungan S di PT. Bank F Cabang Ponorogo. Dengan hasil pengamatan dan penelitian bahwa kualitas, persepsi dan pembiayaan produk yang bisa memenuhi kebutuhan para nasabah baik melalui kualitas maupun produk dan jasa Tabungan S yang dapat meningkat secara berkesinambungan selama beberapa tahun terakhir dan setoran awal tabungan S yang sangat terjangkau dapat menguntungkan nasabah yang ingin menabung dan memilih produk tersebut dan nasabah juga tidak dikenai potongan biaya administrasi jika ingin bertransaksi dengan beda bank sehingga nasabah tabungan S tidak dirugikan dengan biaya pribadi yang

semakin menguntungkan bagi nasabah, oleh karenanya hal tersebut dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan bagi nasabah.

SIMPULAN

Berdasarkan dari pembahasan penelitian yang telah dilakukan mengenai pembiayaan produk yang sama sekali saya tidak menemukan literatur guna memperkuat temuan saya, dan hanya terpacu pada referensi jurnal. Hal tersebut semakin memperkuat temuan saya. Mungkin bisa jadi hal tersebut bisa menjadikan munculnya mata kuliah baru yang berkaitan tentang pembiayaan produk.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian lebih lanjut diperlukan adanya pembaruan yang menjadikan wawasan baru melalui tempat yang tidak sama yang bisa di tinjau melalui perbedaan tersebut karena penelitian ini hanya mengobservasi mengenai kualitas, persepsi dan pembiayaan produk saja

DAFTAR PUSTAKA

- (“1 , 2 , & 3,” n.d.; Dan, Menjadi, Di, & Syariah, n.d.; Fadhila, 2015; Haris & Irham, 2012; Nasabah & Menabung, 2017; Pardede et al., n.d.; Prodi et al., 2013; Rahmawaty, 2014; Subagiyo & Se, 2016; Uhing, Kawet, & Gampu, 2015; YULIANTO, 2014)1 , 2 , & 3. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG PADA BANK MUAMALAT INDONESIA SYARIAH (Studi Kasus Pada Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia Syariah Semarang)*.
- Dan, M., Menjadi, K., Di, N., & Syariah, B. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PEMBIAYAAN TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH* Bagja Sumantri. 141–147.
- Fadhila, N. (2015). Analisis Pembiayaan Mudharabah Dan Murabahah Terhadap Laba Bank Syariah Mandiri. *Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 15(1), 52–64.
- Haris, H., & Irham, S. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan Terhadap*

- Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada BTN Syariah Surakarta)*, 3, 1–24.
- Nasabah, K., & Menabung, U. (2017). *MAKSI Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*. 4.
- Pardede, R., Manajemen, M., Mulia, U. B., Haryadi, T. Y., Manajemen, A. M., & Mulia, U. B. (n.d.). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen*. 10(1).
- Prodi, A., Fakultas, A., Universitas, E., Yogyakarta, N., Pengajar, S., Akuntansi, J. P., ... Negeri, U. (2013). *Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Staf Pengajar Jurusan P. Akuntansi Fakultas Ekononi Universitas Negeri Yogyakarta* 182. II, 182–198.
- Rahmawaty, A. (2014). *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari' Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari' Ah Semarang*. *Addin*, 8(1), 1–28.
- Subagiyo, R., & Se, M. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Di Bmt Sahara Tulungagung*. 8(1), 1–20.
- Uhing, Y., Kawet, L., & Gampu, A. N. (2015). *Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1330–1340.
- YULIANTO, S. R. D. A. (2014). *Pengaruh Pembiayaan Bagi Hasil , Pembiayaan Jual Beli ,. Jurnal Akuntansi*, 3(4), 466–474.