

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENUTUP REKENING TABUNGAN PADA PT BNI Tbk KANTOR LAYANAN TRENGGALEK

Anjar Prihantoro

Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung
E-mail: anjar.pr.ap60@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara manfaat tabungan, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing terhadap keputusan menutup rekening di PT BNI Tbk KLN Trenggalek, baik secara simultan maupun parsial. Jika ada pengaruhnya, maka selanjutnya untuk mengetahui pengaruh paling besar terhadap keputusan menutup rekening. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah dan pengambilan sampel yang berjumlah 75 responden dilakukan dengan teknik aksidental *sampling*. Ada 4 (empat) variabel yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu: 3 (tiga) variabel bebas yaitu manfaat tabungan, kualitas pelayanan, kekuatan pesaing, dan satu variabel terikat yaitu keputusan menutup rekening. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini *adalah* angket/kuesioner. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = - 2,213 + 0,596 X_1 + 0,062 X_2 + 0,165X_3$ dan secara simultan ketiga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menutup rekening. Secara parsial masing-masing variabel manfaat tabungan, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing berpengaruh signifikan terhadap keputusan menutup rekening dan variabel manfaat tabungan memiliki pengaruh paling dominan. Koefisien determinasi (R^2) diperoleh hasil 0,707 berarti semua variabel bebas secara keseluruhan memberikan kontribusi sebesar 70,70% terhadap keputusan menutup rekening, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan maupun bagi nasabah sendiri. Perusahaan diharapkan akan lebih memahami tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menutup rekening terkait dengan faktor-faktor tersebut, sehingga kedepan diharapkan perusahaan dapat menerapkan strategi yang lebih baik.

Kata kunci: Manfaat tabungan, kualitas pelayanan, kekuatan pesaing dan keputusan menutup rekening.

Abstract

This study aims to determine the effect between the benefits of savings, service quality, and the strength of competitors to the decision to close an account at PT BNI Tbk KLN Trenggalek, both simultaneously and partially. If any effect, then further to know the most influence on the decision to close the account. The population in this study is all customers and sampling of 75 respondents conducted by accidental sampling technique. There are 4 (four) variables studied in this research, that is: 3 (three) independent variable that is saving benefit, service quality, competitor's strength, and one dependent variable that is decision to close account. Data collection techniques used in this study is a questionnaire. The data collected were analyzed by descriptive analysis of percentage and multiple linear regression analysis using SPSS program. Based on the research results obtained regression equation $Y = - 2,213 + 0,596 X1 + 0,062 X2 + 0,165 X3$ and simultaneously all three independent variables have significant effect on decision to close account. Partially, each variable of saving benefit, service quality, and competitor's power have a significant effect on the decision to close the account and savings benefit variable has the most dominant influence. The coefficient of determination (R^2) obtained by 0.707 means that all the independent variables as a whole contributed 70.70% to the decision to close the account, while the rest influenced other variables that are not examined in this study. The results of this study are expected to be useful for the company as well as for its own customers. The company is expected to better understand the factors that can influence the decision of the customers in closing accounts related to these factors, so that the future is expected the company can implement a better strategy.

Keywords: Benefit of savings, service quality, competitor's strength and decision to close the account.

PENDAHULUAN

Tingginya angka transaksi penutupan rekening, khususnya rekening tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Layanan (KLN) Trenggalek menjadi perhatian tersendiri. Dengan karakteristik nasabah yang mayoritas adalah Tenaga Kerja Indonesia (TKI), maka pengaruh kondisi

perekonomian global sangat menentukan pemanfaatan rekening tabungan sebagai sarana penerimaan gaji yang ditransfer oleh pemberi kerja.

Ketika TKI kembali ke Indonesia dengan alasan berhenti bekerja secara sukarela maupun diberhentikan, maka tindakan keuangan pertama yang dilakukan adalah

menutup atau menarik seluruh tabungan yang telah dimiliki selama bekerja di luar negeri. Hampir sebagian besar beralih untuk mencukupi kebutuhan konsumtifnya, diantaranya adalah membeli sebidang tanah, membangun rumah, sebagai modal kerja, atau hanya sebagai biaya hidup sampai dengan mereka mempunyai niatan atau panggilan bekerja ke luar negeri lagi.

Walaupun penutupan rekening juga dibarengi dengan pembukaan rekening untuk jenis produk yang sama, namun secara umum selisih antara pembukaan dan penutupan rekening menunjukkan angka yang relatif kecil. Menurut data yang ada, angka penutupan rekening rata-rata perhari sebesar 8 (delapan) rekening. Sedangkan untuk pembukaan rekening sebesar 10 (sepuluh) rekening. Dengan kata lain jumlah rekening tidak bertambah pesat, apalagi jika dibandingkan dengan target pertumbuhan jumlah rekening yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen BNI.

Keputusan nasabah untuk menutup rekening dapat dilihat dari motivasi dan keterlibatannya. Darmawan, Engel (2007 : 16) menjabarkan keterlibatan berdasarkan tinggi dan rendah, yaitu :

- a. Faktor; keterlibatan diaktifkan bila ada keinginan dan kebutuhan.
- b. Faktor produk; keterlibatan tinggi akan berperan jika konsumen menemui resiko dan penggunaan produk.
- c. Faktor situasi; membuat keterlibatan berubah dari waktu ke waktu.

Secara umum keputusan nasabah untuk menutup rekening dapat diartikan sebagai ketidakloyalan nasabah terhadap jasa bank. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menutup rekening:

- a. Manfaat produk; sangat berkaitan dengan produk perbankan yang dipilih oleh nasabah untuk dapat memenuhi kebutuhannya.
- b. Kualitas pelayanan; untuk perusahaan jasa, kualitas pelayanan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah.
- c. Kekuatan pesaing; kekuatan daya tarik yang dimiliki oleh pesaing dapat menurunkan tingkat loyalitas nasabah pada bank existing yang pada akhirnya akan berpindah ke bank lain.

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Apakah faktor-faktor yang terdiri dari manfaat produk, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing, baik secara simultan maupun secara parsial berpengaruh terhadap nasabah untuk menutup rekening tabungan di BNI KLN Trenggalek ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang terdiri dari manfaat produk, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing, baik secara simultan maupun parsial terhadap nasabah untuk menutup rekening tabungan di BNI KLN Trenggalek.

Menurut Kotler (1997:6) adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bertali satu sama lain.

Karakteristik jasa berbeda dengan karakteristik produk yang sifatnya nyata, maka perusahaan jasa dapat melakukan diferensiasi melalui simbol-simbol dan merek yang digunakan. Jika dalam produk nyata konsep marketing yang kita kenal dengan istilah 4 P (*Produk, Price, Place,*

Promotion), maka untuk jasa perusahaan dapat melakukan diferensiasi kompetitif dalam penyampaian jasa (*service delivery*) melalui 3 aspek tambahan yakni *People*, *Physical Evidence*, dan *Process* (Zeithaml, 1996:36).

1. *Product*, adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan. Produk dibedakan menjadi tiga jenis yaitu : barang fisik, jasa dan gagasan. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Manajer yang berorientasi produk akan berusaha untuk menyempurnakan produknya secara terus-menerus.
2. *Price*, adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Perusahaan harus menentukan secara tepat harga yang ditetapkan agar dapat terjangkau oleh konsumen.
3. *Place*, adalah aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen. Perusahaan harus memilih saluran distribusi yang paling efektif agar produknya dapat ditemukan konsumen ketika konsumen membutuhkannya.
4. *Promotion*, adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen. Dalam memilih saluran untuk mengkomunikasikan keunggulan produknya, perusahaan perlu mempertimbangkan saluran komunikasi yang efisien dan besarnya biaya untuk mengkomunikasikan produknya.

5. *People*, adalah personel yang melakukan transaksi dengan pihak lain.
6. *Physical evidence*, adalah bukti fisik yang akan disajikan kepada konsumen, dalam hal ini adalah bukti fisik yang kelihatan secara nyata dan menunjang dalam pemberian pelayanan seperti bangunan, peralatan, lokasi dan sebagainya.
7. *Process*, adalah proses yang terjadi ketika pihak perusahaan berinteraksi dengan pihak lain.

Kotler (1994:203) mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin atau mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik.

Pemasaran internal menggambarkan tugas yang diemban perusahaan dalam rangka melatih dan memotivasi para karyawan (sebagai ujung tombak pelayanan) agar dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani. Pemasaran interaktif menggambarkan interaksi antara pelanggan dan karyawan dalam melayani pelanggan. Klien tidak hanya menilai kualitas teknis, akan tetapi juga kualitas fungsionalnya.

Parasuraman et al., (dalam Tjiptono, 1998:68), mengemukakan bahwa lima dimensi pokok kualitas pelayanan, yaitu :

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko.
5. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Radiani (2007 : 42) pesaing dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

1. Pesaing generik, yaitu pesaing yang menampilkan cara-cara yang berbeda dalam memuaskan keinginan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menerapkan standar kualitas layanan yang handal, sehingga pelanggan merasa beda ketika bertransaksi di salah satu bank jika dibandingkan dengan bank yang lain.
2. Pesaing bentuk produk, dapat diartikan menawarkan jenis produk sejenis dengan ragam yang berbeda. Untuk perbankan jenis produk simpanan ada yang berupa tabungan, deposito, giro, asuransi, obligasi, atau kepesertaan modal.
3. Pesaing merk, untuk satu jenis produk simpanan dapat dikeluarkan nama yang berbeda sesuai dengan kebutuhannya. BNI memiliki Taplus, Taplus Bisnis,

Tapenas, Tapma, dan THI. Sedangkan BRI memiliki Britama dan Simpedes.

Menurut Chan (2003:2), bagi perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, akan menganggap bahwa pelanggan adalah nyawa atau kehidupan perusahaannya, terutama pelanggan yang loyal harus tetap dijaga agar tidak berpaling ke perusahaan yang lain.

Loyalitas secara harfiah dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu obyek. Mowen dan Minor sebagaimana yang dikemukakan Mordalis (2005:111), mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merk, mempunyai komitmen pada merk tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa yang akan datang.

Menurut Dharmmesta yang dikutip Mardalis (2005:112), loyalitas menunjukkan kecenderungan pelanggan untuk menggunakan suatu merk tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.

Menurut Aaker (1997:57), loyalitas adalah suatu ukuran keterkaitan seorang pelanggan pada sebuah produk dan jasa.

Selanjutnya menurut Assael (1992:70), loyalitas konsumen merupakan pembelian kebiasaan (*habitual purchasing*) karena yang loyal terhadap produk akan melewati proses pencarian informasi dan evaluasi dalam model proses keputusan konsumen yang kompleks.

Dalam Mardalis (2005:114) dikemukakan bahwa ada empat faktor yang

dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu:

a. Kepuasan Pelanggan

Kotler (2000:36) sebagaimana yang terangkum dalam Mardalis (2005:114), kepuasan pelanggan adalah perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya.

b. Kualitas Jasa

Pengaruh kualitas terhadap loyalitas juga telah dibuktikan dalam penelitian Sabihaini (2000), sebagaimana yang dimukakan dalam Mardalis (2005:116) yang menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas jasa akan memberikan dampak yang baik untuk meningkatkan loyalitas.

c. Citra

Kotler (2000:553) seperti yang dikutip oleh Mardalis (2005:116), mendefinisikan citra sebagai "seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek". Kemampuan menjaga loyalitas pelanggan dan relasi bisnis, mempertahankan atau bahkan meluaskan pangsa pasar, memenangkan persaingan dan mempertahankan posisi yang menguntungkan tergantung pada citra produk yang melekat dipikiran pelanggan.

d. Rintangan untuk berubah

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas yaitu besar kecilnya rintangan untuk berpindah. Rintangan untuk berpindah terdiri dari :

- Biaya keuangan (*financial cost*)
- Diskon bagi pelanggan yang loyal (*loyal customer discount*)
- Biaya urus niaga (*transactional cost*)
- Biaya sosial (*social cost*)
- Biaya emosional (*emotional cost*)

Semakin besar rintangan berpindah akan membuat pelanggan menjadi semakin loyal.

Menurut Kotler (2000:268), menyatakan bahwa tingkat kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa terbagi atas empat tingkatan yang didasarkan pada pola pembelian seseorang (pelanggan) terhadap suatu merk pada kurun waktu tertentu. Tingkatan tersebut adalah :

1. Sangat Setia (*Hardcore Loyals*), pelanggan yang membeli satu merk sepanjang waktu pola pembeliannya adalah AAAAA. Hal ini menggambarkan seseorang yang mengkonsumsi merk A dengan kesetiaan yang tidak terbagi.
2. Kesetiaan yang Terbagi (*Split Loyals*), pelanggan yang setia terhadap dua atau tiga merk dengan pola pembelian AABBAB. Hal ini menggambarkan konsumsi dengan kesetiaan yang terbagi antara A dan B.
3. Kesetiaan yang Berpindah-pindah (*Shifting Loyals*), pelanggan yang berpindah dari menyukai satu merk ke merk yang lain dengan pola pembelian AAABBB. Hal ini memberi kesan kalau pelanggan tersebut pindah dari menggunakan merk A ke merk B.

4. Berganti-ganti (Switchers), disini konsumen tidak memperlihatkan kesetiaan terhadap merk apapun dengan pola pembelian ADCDEF. Hal ini memberi kesan akan konsumen yang tidak setia, cenderung menawar atau menginginkan variasi.

Menurut UU No. 10 Tahun 1998, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Pengertian lain yang serupa menyatakan bahwa nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan/pinjaman pada bank (Kamus Perbankan dalam Saladin, 1997:7)

Dalam UU No. 10 Tahun 1998 yang dikutip dalam Dendawijaya (2001:17), struktur nasabah ada dua macam, yaitu:

a. Nasabah Penyimpan (Kreditur)

Merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian antar bank dan nasabah yang bersangkutan.

b. Nasabah Peminjam (*Debitur*).

Merupakan nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan yang dipersamakan dengan, berdasarkan perjanjian antara bank dengan nasabah yang bersangkutan.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif, dimaksudkan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis dan sekaligus melakukan eksplanasi terhadap beberapa variabel, maka desain penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*).

Populasi yang diteliti yaitu hanya nasabah tabungan yang melakukan penutupan rekening pada BNI KLN Trenggalek. Metode sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu sampling yang pengambilan respondennya adalah nasabah yang datang ke BNI KLN Trenggalek untuk melakukan transaksi penutupan rekening tabungan dengan jumlah responden sebanyak 75 (tujuh puluh lima) responden. Alasan mengambil sampel sebanyak 75 (tujuh puluh lima) responden, hal ini sesuai dengan pendapat Malhotra (1999:416) bahwa sampel yang representatif sebanyak minimal 5 kali jumlah variabel yang dianalisis.

Dalam penelitian ini digunakan beberapa variabel meliputi variabel terikat/*dependent variable* (Y) dan variabel bebas / *independent variable* (X) yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Dengan berpedoman pada landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu maka variabel bebas terdiri dari Manfaat Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kekuatan Pesaing (X3).

Definisi operasional variabel-variabel bebas dan indikatornya dapat dilihat pada uraian berikut ini:

1. Manfaat Produk yaitu kegunaan rekening tabungan bagi nasabah sebagai sarana mencukupi kebutuhan transaksi finansialnya. Sehingga pada saat nasabah sudah tidak memerlukan lagi, maka rekening tabungan tersebut akan ditutup. Indikator dari variabel manfaat

produk adalah : manfaat tabungan untuk mencukupi kebutuhan transaksi finansial; biaya yang dikeluarkan selama menggunakan produk tabungan; lokasi kantor; promosi.

2. Kualitas Pelayanan yaitu kualitas teknis dan kualitas fungsional dari sebuah bisnis di bidang jasa. Indikator dari kualitas pelayanan adalah :

- a. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan bank untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul dan kemampuan bank cepat tanggap terhadap keluhan atau komplain yang disampaikan nasabah.
 - b. *Reliability* (keandalan) yaitu ketepatan dalam menyelesaikan transaksi atau masalah perbankan dan pelayanan yang ramah serta selalu siap membantu kepada setiap nasabah yang datang.
 - c. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian kepada nasabah dan bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah.
 - d. *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kebersihan dan kerapian gedung dan karyawan dan penataan eksterior dan interior gedung kantor yang baik.
 - e. *Assurance* (keyakinan) yaitu pengetahuan dan kecakapan petugas bank dan melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabah.
3. *Kekuatan pesaing* yaitu kekuatan atau daya tarik yang dimiliki oleh pesaing sehingga mempengaruhi nasabah BNI untuk berpindah ke bank lain. Indikator dari

kekuatan pesaing adalah: lokasi kantor/outlet yang tersebar; kemudahan dalam bertransaksi; kenyamanan dalam bertransaksi; adanya promo/ hadiah yang lebih menggiurkan ; dan adanya produk yang sesuai dengan keinginan nasabah.

Beranjak dari sumber-sumber data tersebut di atas, peneliti dalam mengumpulkannya menggunakan teknik :

1. Teknik observasi, yaitu proses *preliminary study* dalam rangka mengenal dan memahami seluk beluk nasabah yang akan menjadi responden penelitian. Dengan cara demikian, peneliti mendapatkan informasi mengenai karakteristik nasabah.
2. Teknik wawancara, yaitu proses dalam rangka mendapatkan karakteristik nasabah. Apabila sesuai dengan kriteria maka calon responden diberikan daftar pertanyaan untuk diisi.

Uji validitas atau kesalahan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti dinyatakan oleh Arikunto (1993:135) bahwa sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu menggali apa yang diinginkan dan mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini untuk uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Product moment* model Pearson's (Arikunto, 1993:138) dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N\sum X^2) - (\sum X)^2][N\sum Y^2]}}$$

Dimana :

r_{xy} = koefisien korelasi

X = skor pernyataan untuk setiap subyek

Y = skor total

XY = skor pernyataan x skor total

N = total pernyataan

Jika p value lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, berarti pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut mempunyai validitas atau kesahihan, yaitu bahwa pernyataan dalam kuesioner itu dapat melakukan fungsi ukurnya.

Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan. Seperti dinyatakan oleh Nazir (1988:125) bahwa, suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil, dan dapat diandalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach* yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{r}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana :

α = keandalan Alpha Cronbach

k = jumlah pernyataan dalam skala

r = rata-rata korelasi diantara butir pernyataan teknik ini dilakukan pada pernyataan-pernyataan handal, sedangkan

kriterianya menurut Arikunto (1993:56) sebagai berikut.

Model regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

dimana :

Y = Keputusan nasabah menutup rekening tabungan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$, = adalah koefisien regresi dari masing-masing variabel independen X_1, X_2, X_3

α = Konstanta

e = adalah error atau sisa (residual)

X_1 = Manfaat Produk

X_2 = Kualitas Layanan

X_3 = Kekuatan Pesaing

Yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas/*independent variable* secara sendiri-sendiri (parsial) dapat mempengaruhi variabel terikat/*dependent variable* dan dilakukan dengan cara membandingkan nilai kritis t dengan nilai t_{test} (t ratio) yang terdapat pada tabel *Analysis of Variances* dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 14.0.

Analisis Hasil Penelitian

Validitas dan Reliabilitas Instrumen.

Instrumen penelitian yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner. Pada uji coba kuesioner, jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden sebanyak 170 buah, sesuai dengan jumlah indikator pada masing-masing variabel yang akan di

analisa dalam penelitian ini. Uji coba kuesioner dilakukan kepada 170 orang responden, yakni nasabah yang melakukan penutupan rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek, selama masa penelitian berlangsung.

Hasil lengkap uji validitas dan reliabilitas terhadap uji coba kuesioner tersebut disajikan dalam lampiran 1 yang telah di rekap pada tabel 1. Dalam hal ini uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi hasil hitung dengan nilai korelasi pada tabel atau dengan membandingkan nilai probabilitas (Sig) dengan taraf signifikansi 5%. Apabila Nilai Sig < 0,05 maka indikator-indikator dalam kuesioner dinyatakan valid, sebaliknya nilai Sig > 0,05 maka indikator-indikator dalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

Sedangkan untuk menguji reliabilitas indikator-indikator pada kuesioner dilakukan dengan cara membandingkan nilai alpha dengan batas nilai 0,6. Apabila nilai alpha berada di atas nilai 0,6 maka indikator-indikator kuesioner dinyatakan reliabel, dan bila nilai alpha berada di bawah nilai 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel.

Berdasarkan lampiran print out komputer, hasil uji validitas dan uji reliabilitas indikator-indikator kuesioner penelitian secara ringkas dinyatakan dalam Tabel 1 berikut.

TABEL 1
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
VARIABEL MANFAAT TABUNGAN (X1)

| No | Variabel Manfaat Tabungan (X1) | Pearson Correlat. | Sig <0,05 | KET. |
|--------------------------|--|-------------------|-----------|--------------|
| 1 | Produk tabungan BNI sudah tidak bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan transaksi finansial Saudara. | 0,680 | 0,000 | Valid |
| 2 | Merasa berat dengan biaya adminis-trasi yang dikenakan. | 0,663 | 0,000 | Valid |
| 3 | Lokasi kantor BNI Trenggalek saudara anggap jauh dari rumah/kantor.tempat usaha Saudara. | 0,745 | 0,000 | Valid |
| 4 | Saudara pernah mendengar/ menge-tahui adanya program promosi atas produk tabungan BNI. | 0,819 | 0,000 | Valid |
| Cronbach's Alpha = 0,789 | | | | |

Keterangan : *) correlation Sig = 5%

Sumber : Data primer diolah.

Dari tabel 1 tersebut terlihat bahwa hasil perhitungan validitas dan reliabilitas untuk variabel manfaat tabungan (x1.1, x1.2, x1.3, dan x1.4)) terlihat bahwa semua nilai koefisien korelasi dari manfaat tabungan dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai cronbach's alpha 0,789. Nilai cronbach's alpha 0,789 berada pada interval cronbach's alpha 0,600 – 0,799 berarti berada pada kriteria reliabilitas tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikato yang dibuat dalam kuesioner untuk variabel manfaat tabungan telah memenuhi kriteria uji validitas dan uji reliabilitas.

TABEL 2
HASIL UJI VALIDASI DAN RELIABILITAS
VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X2)

| No | Variabel Manfaat Tabungan (X1) | Pearson Correlat. | Sig <0,05 | KET. |
|--------------------------|--|-------------------|--------------|--------------|
| 1 | Pegawai BNI cepat tanggap terhadap masalah atau keluhan Saudara. | 0,602 | 0,000 | Valid |
| 2 | Saudara dilayani dengan cepat pada saat bertransaksi (penarikan/penyetoran/transfer). | 0,892 | 0,000 | Valid |
| 3 | Pegawai BNI memberikan perhatian yang serius terhadap permasalahan Saudara. | 0,909 | 0,000 | Valid |
| 4 | Menurut Saudara gedung BNI KLN Trenggalek bersih, nyaman, dan memberikan rasa aman. | 0,870 | 0,000 | Valid |
| 5 | Menurut saudara pegawai BNI menguasai dan telah menyampaikan produk perbankan dengan baik. | 0,858 | 0,000 | Valid |
| Cronbach's Alpha = 0,813 | | | | |

Keterangan : correlation Sig = 5%
Sumber : Data primer, diolah

Dari tabel 2 diketahui hasil perhitungan validasi dan reliabilitas untuk variabel bauran promosi (x2.1, x2.2, x2.3, x2.4, dan x2.5). Semua nilai koefisien korelasi dari kualitas pelayanan dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai cronbach's alpha 0,813. Nilai cronbach's alpha 0,813 berada pada interval cronbach's alpha 0,800 – 1,000 berarti berada pada kriteria reliabilitas sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator-indikator kualitas pelayanan telah memenuhi kriteria uji validitas dan uji reliabilitas.

TABEL 3
HASIL UJI VALIDASI DAN RELIABILITAS VARIABEL
KEKUATAN PESAING (X3)

| No | Variabel Manfaat Tabungan (X1) | Pearson Correlat. | Sig <0,05 | KET |
|--------------------------|--|-------------------|-----------|-------|
| 1 | Lokasi kantor Bank lain lebih mudah dijangkau dari rumah/lkantor/tempat usaha Saudara. | 0,832 | 0,000 | Valid |
| 2 | Bank lain memberikan kemudahan kepada Saudara pada saat melakukan transaksi. | 0,647 | 0,000 | Valid |
| 3 | Saudara merasa nyaman ketika bertransaksi di bank lain. | 0,762 | 0,000 | Valid |
| 4 | Program promosi/undian dari Bank lain lebih menarik daripada di BNI. | 0,866 | 0,000 | Valid |
| 5 | Produk tabungan bank lain lebih sesuai dengan kebutuhan transaksi finansial Saudara. | 0,834 | 0,000 | Valid |
| Cronbach's Alpha = 0,803 | | | | |

Keterangan : correlation Sig = 5%
Sumber : Data primer, diolah

Dari tabel 3 diketahui hasil perhitungan validasi dan reliabilitas untuk variabel bauran promosi (x3.1, x3.2, x3.3, x3.4, dan x3.5). Semua nilai koefisien korelasi dari kekuatan pesaing dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai cronbach's alpha 0,803. Nilai cronbach's alpha 0,803 berada pada interval cronbach's alpha 0,800 – 1,000 berarti berada pada kriteria reliabilitas sangat tinggi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator-indikator kekuatan pesaing telah memenuhi kriteria uji validitas dan uji reliabilitas.

TABEL 4
HASIL UJI VALIDASI DAN RELIABILITAS VARIABEL
PENUTUPAN REKENING (Y)

| No | Variabel Manfaat Tabungan (X1) | Pearson Correlat. | Sig <0,05 | KET |
|--------------------------|--------------------------------|-------------------|-----------|-------|
| 1 | Y1 | 0,937 | 0,000 | Valid |
| 2 | Y2 | 0,921 | 0,000 | Valid |
| 3 | Y3 | 0,725 | 0,000 | Valid |
| Cronbach's Alpha = 0,852 | | | | |

Keterangan : correlation Sig = 5%
Sumber : Data primer, diolah

Berdasarkan table di atas diketahui hasil perhitungan validasi dan reliabilitas untuk variabel keputusan menutup rekening (Y1, Y2, dan Y3). Semua nilai koefisien korelasi dari keputusan menutup rekening dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai cronbach's alpha 0,852. Nilai cronbach's alpha 0,852 berada pada interval cronbach's alpha 0,800 – 1,000 berarti berada pada kriteria reliabilitas sangat tinggi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator-indikator keputusan menutup rekening telah memenuhi kriteria uji validitas dan uji reliabilitas.

Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini analisis regresi digunakan untuk mengetahui variabel independen yang terdiri dari variabel manfaat tabungan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kekuatan pesaing (X3) terhadap keputusan menutup rekening (Y). Analisis ini dilakukan dengan menghitung koefisien regresi, masing-masing variabel independen dan membentuknya dalam sebuah persamaan regresi.

Sebagaimana telah dikemukakan pada uraian-uraian terdahulu bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari manfaat tabungan, kualitas pelayanan dan kekuatan pesaing terhadap keputusan menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek secara serentak maupun secara individu, serta variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek.

Untuk mengetahui pengaruh manfaat tabungan, kualitas pelayanan dan kekuatan pesaing terhadap keputusan menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek digunakan analisis kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Dalam analisis regresi linier berganda akan dilakukan dengan Uji F dan Uji t untuk membuktikan kebenaran hipotesis. Hasil pengujian korelasi antar variabel independen menunjukkan adanya korelasi yang tidak begitu kuat. Artinya tidak terdapat multikolinieritas dalam variabel indeviden, sehingga variabel-variabel tersebut layak digunakan dalam analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan penghitungan dengan bantuan software SPSS 15.00 dapat diketahui nilai koefisien regresi dari setiap variabel. Secara bersama-sama (overall) variabel-variabel manfaat tabungan, kualitas pelayanan dan kekuatan pesaing terhadap keputusan menutup rekening pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek. Adapun hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil uji serentak (Uji F), seperti terlihat pada tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5

Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|-----|-------------|---------|--------------------|
| 1 Regression | 788.623 | 3 | 262.874 | 133.331 | 0,000 ^a |
| Residual | 327.283 | 166 | 1.972 | | |
| Total | 1.115.906 | 169 | | | |

Sumber : Data primer, diolah

Hal ini dibuktikan melalui uji-F dimana harga F_{test} sebesar 133,331 dan P Sig. pada Tabel 5 diperoleh nilai 0,000 yang berarti berada di bawah 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pada taraf

nyata $\alpha=0,05$, hipotesis yang menyatakan bahwa manfaat tabungan, kualitas pelayanan dan kekuatan pesaing mempunyai pengaruh yang nyata secara simultan terhadap keputusan penutupan rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek, terbukti benar.

Adapun untuk menghitung uji t hasil selengkapnya dapat dilihat pada analisis regresi berganda seperti terlihat pada Tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6
HASIL PENGHITUNGAN TEGRESI LINIER BERGANDA

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -2.313 | 0.721 | | -3.068 | 0.003 |
| X1 (Manfaat Tabungan) | 0.596 | 0.060 | 0.570 | 9.952 | 0.000 |
| X2 (Kualitas Pelayanan) | 0.062 | 0.027 | 0.110 | 2.286 | 0.023 |
| X3 (Kekuatan Pesaing) | 0.165 | 0.033 | 0.280 | 4.980 | 0.000 |

Sumber : Data primer, diolah

Berdasarkan tabel 5.7. di atas menunjukkan bahwa hasil dari uji t dilakukan dengan membandingkan nilai Probability sig. setiap variabel bebas dengan batas yang ditentukan yaitu 0,05. Dari hasil perbandingan diperoleh nilai P Sig. pada Tabel 5.7 diperoleh nilai 0,000 untuk variabel independen manfaat tabungan, nilai 0,023 untuk variabel independen kualitas pelayanan dan nilai 0,000 untuk variabel independen kekuatan pesaing, yang berarti nilai Probabilitas Sig variabel independen berada di bawah 0,05.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada taraf nyata $\alpha=0,05$, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel manfaat tabungan, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing mempunyai pengaruh yang nyata secara parsial terhadap keputusan menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek, terbukti benar.

Berdasarkan Tabel 5.7 diketahui pula persamaan regresi yang terbentuk seperti sebagai berikut.

$$Y = -2,213 + 0,596X_1 + 0,062X_2 + 0,165X_3$$

Dari persamaan tersebut terlihat bahwa keputusan nasabah menutup tabungan akan bernilai negatif bila tanpa didukung dengan manfaat tabungan, kualitas pelayanan dan kekuatan pesaing. Apabila terjadi perubahan pada manfaat tabungan, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing persatuan, maka akan mengakibatkan perubahan pada keputusan nasabah untuk menutup rekening sebesar -2,213 dengan asumsi X1, X2, dan X3 bersifat konstan atau bernilai 0.

B1 = 0,596 dapat dijelaskan bahwa apabila terjadi perubahan pada manfaat tabungan, maka akan mengakibatkan perubahan pada nasabah untuk menutup rekening sebesar 0,596 dengan asumsi X2, dan X3, bersifat konstan atau bernilai 0. Perubahan jumlah nasabah yang menutup rekening semakin banyak sebagai akibat dari kurang bermanfaatnya tabungan pada nasabah, dan sebaliknya nasabah akan mempertahankan rekeningnya apabila tabungan tersebut dapat memberikan manfaat.

B2 = 0,062 dapat dijelaskan bahwa apabila terjadi perubahan pada kualitas pelayanan, maka akan mengakibatkan perubahan pada nasabah untuk menutup rekening sebesar 0,062 dengan asumsi X1, dan X3, bersifat konstan atau bernilai 0. Perubahan jumlah nasabah yang menutup rekening semakin banyak sebagai akibat dari kurangnya pelayanan yang diterima oleh nasabah, dan sebaliknya nasabah akan mempertahankan rekeningnya apabila nasabah tersebut mendapatkan pelayanan dengan baik.

B3 = 0,165 dapat dijelaskan bahwa apabila terjadi perubahan pada kekuatan pesaing, maka akan mengakibatkan perubahan pada nasabah untuk menutup

rekening sebesar 0,165 dengan asumsi X1, dan X2, bersifat konstan atau bernilai 0. Perubahan jumlah nasabah yang menutup rekening semakin banyak sebagai akibat bertambahnya kekuatan pesaing, dan sebaliknya nasabah akan mempertahankan rekeningnya (tidak menutup rekening) apabila kekuatan pesaing semakin berkurang.

Uji Dominan

Untuk mengetahui kontribusi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai partial untuk masing-masing variabel independen. Adapun nilai parsial untuk masing-masing variabel independen dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7

NILAI PARTIAL UNTUK VARIABEL INDEPENDEN

| Model | 95% Confidence Interval for B | | Correlations | | Collinearity Statistics | | |
|--------------|-------------------------------|-------------|--------------|---------|-------------------------|--------|-------|
| | Lower Bound | Upper Bound | Zero Order | Partial | Part | Tolerc | VIF |
| 1 (Constant) | -3.638 | -0.789 | | | | | |
| X1 | 0.478 | 0.714 | 0.802 | 0.611 | 0.418 | 0.538 | 1.859 |
| X2 | 0.008 | 0.115 | 0.492 | 0.175 | 0.760 | 0.760 | 1.315 |
| X3 | 0.099 | 0.230 | 0.696 | 0.361 | 0.560 | 0.560 | 1.786 |

Sumber: Data primer, diolah.

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai partial untuk variabel manfaat tabungan (X1) = 0,611, berarti variabel manfaat tabungan mampu memberikan kontribusi pada variabel keputusan nasabah untuk menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek sebesar 61,10%.
2. Nilai partial untuk variabel kualitas pelayanan (X2) = 0,175, berarti variabel kualitas pelayanan mampu memberikan kontribusi pada variabel keputusan nasabah untuk menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek sebesar 17,50%.

3. Nilai partial untuk variabel kekuatan pesaing (X3) = 0,361, berarti variabel kekuatan pesaing mampu memberikan kontribusi pada variabel keputusan nasabah untuk menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek sebesar 36,10%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat tabungan (X1) merupakan variabel independen yang memiliki pengaruh paling dominan (61,10%) terhadap keputusan nasabah untuk menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek, urutan kedua adalah variabel kekuatan pesaing (X3) sebesar 36,10%, dan urutan ketiga variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 17,50%.

Selanjutnya akan dicari nilai koefisien determinasi. Nilai ini untuk mengukur sejauh mana peranan variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi berfungsi sebagai ukuran ketepatan atau kecocokan suatu jenis regresi terhadap kelompok data hasil observasi R² mengukur proporsi atau prosentasi total variasi dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi. Koefisien determinasi bergerak dari 0 sampai 1, semakin mendekati 1 semakin baik. Output SPSS menunjukkan hasil seperti berikut ini.

Tabel 8

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,841 ^a | 0,707 | 0,701 | 1,404 |

Sumber: Data primer diolah.

Berdasarkan pada tabel 5.8 diatas dapat dijelaskan bahwa hasil perhitungan yang telah diuraikan sebelumnya maka nilai koefisien R Square sebesar 0,707 menunjukkan adanya pengaruh yang cukup kuat antara variabel independen dengan variabel dependen (terikat). Koefisien determinan sebesar 0,841 menunjukkan bahwa model regresi berganda ini yang

variabel independennya terdiri dari manfaat tabungan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan Kekuatan Pesaing (X3) telah mem-berikan kontribusi sebesar 84,10 terhadap pembentukan variabel dependen yaitu keputusan nasabah untuk menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek, sedangkan sisanya sebesar 15,90% ditentukan oleh variabel lain seperti atribut produk tabungan, kondisi perekonomian saat ini dan lain sebagainya.

Evaluasi Ekonometrika

Uji Multikolinieritas dilakukan guna untuk mengetahui apakah Variabel independen tersebut tidak saling berkorelasi antara ada hubungan linier di antara faktor-faktor independen dalam model regresi yang digunakan. Untuk mendeteksinya digunakan cara melihat nilai VIF yang diperolehnya. Jika nilai VIF lebih kecil dari 4 atau 5, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 9
Nilai VIF Variabel Independen

| Variabel Independen | VIF | Keterangan |
|---------------------|-------|-----------------------|
| X1 | 1.859 | Non Multikolinieritas |
| X2 | 1.315 | Non Multikolinieritas |
| X3 | 1.786 | Non Multikolinieritas |

Sumber: Data Lampiran Print Out SPSS 15.00

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai VIF antara 1 dan 2. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa persamaan model penelitian ini tidak menunjukkan gejala multikolinieritas.

Untuk menguji terjadinya heterosdastisitas dilakukan dengan melakukan uji park. *Rule of thumb* yang digunakan adalah bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti terjadi heterosdastisitas namun sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka akan terjadi homoskedastisitas.

Tabel 10

Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas Variabel dengan Menggunakan Uji Park

| VARIABEL | t-hitung | t-tabel | KETERANGAN |
|----------|----------|---------|-----------------------------------|
| X1 | 9.952 | 1.645 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| X2 | 2.286 | 1.645 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| X3 | 4.980 | 1.645 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Sumber : Data Primer, diolah, 2009

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk (X1, X2, dan X3) terhadap Log Residual Kuadrat (Y) tidak terjadi heteroskedastisitas dengan ditunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah disampaikan terdapat adanya pengaruh yang signifikan dari manfaat tabungan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kekuatan pesaing (X3) terhadap keputusan nasabah untuk menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek.

Manfaat tabungan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kekuatan pesaing (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah untuk menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek. Hal ini dibuktikan melalui uji-F dimana harga F_{test} sebesar 133.331 dan P Sig. Sebesar 0,000 yang berarti berada di bawah batas 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pada taraf nyata $\alpha=0,05$, Manfaat tabungan, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing mempunyai pengaruh yang nyata secara simultan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek. Dengan demikian hipotesis tersebut terbukti benar.

Selanjutnya dari hasil perbandingan diperoleh nilai *probability sig.* setiap variabel

independen diperoleh nilai 0,000 untuk variabel independen manfaat tabungan, nilai 0,023 untuk variabel independen kualitas pelayanan dan nilai 0,000 untuk variabel independen kekuatan pesaing, yang berarti nilai Probabilitas Sig variabel independen berada di bawah 0,05.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada taraf nyata $\alpha=0,05$, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel manfaat tabungan, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing mempunyai pengaruh yang nyata secara parsial terhadap keputusan menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek, terbukti benar.

Manfaat Tabungan (X1) yang dilihat dari nilai partial tertinggi di antara variabel independen lainnya, yaitu sebesar 0,611 atau 61,10% merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah untuk menutup rekening pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan yang dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Manfaat produk, kualitas layanan, dan kekuatan pesaing mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah untuk menutup rekening tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek.
2. Manfaat produk, kualitas layanan, dan kekuatan pesaing mempunyai pengaruh yang nyata secara simultan terhadap keputusan nasabah untuk menutup rekening tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek.
3. Variabel manfaat produk merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan dibandingkan variabel kualitas layanan dan variabel kekuatan pesaing

terhadap keputusan nasabah untuk menutup rekening tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek.

4. Secara umum bahwa pengambilan keputusan nasabah untuk menutup rekening tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek ditentukan seberapa tabungan dapat memberikan manfaat pada nasabah, kekuatan pesaing yang ditunjukkan oleh Bank-bank yang ada di Trenggalek dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek itu sendiri.

SARAN

Memperhatikan beberapa kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan pendapat dan beberapa saran dari peneliti sebagai berikut :

1. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek dalam upaya meminimalisir penutupan rekening hendaknya lebih memperhatikan variabel manfaat produk tabungan BNI, kekuatan pesaing, dan kualitas pelayanan.
2. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KLN Trenggalek dalam upaya meminimalisir penutupan rekening hendaknya lebih aktif dalam menginformasikan manfaat tabungan dengan sedetail-detailnya, memberikan perbandingan biaya administrasi dengan bank lain, berusaha dekat dengan nasabah dengan cara membangun fasilitas ATM/Unit Pelayanan Transaksi di daerah-daerah dan selalu mempromosikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh BNI.
3. Tujuan dari analisa terhadap manfaat produk tabungan, kualitas pelayanan, dan kekuatan pesaing adalah untuk mengurangi jumlah nasabah yang akan menutup rekening pada BNI.
4. Hendaknya BNI dalam usaha menjaga kuantitas nasabah penabung dengan

memperhatikan pemberian hadiah pada nasabah-nasabah yang saldonya tidak ditarik dalam kurun waktu tertentu.

5. Hendaknya BNI tidak memberikan denda pada nasabah yang saldonya di bawah saldo minimal akan tetapi justru melakukan pendekatan kepada nasabah tersebut untuk menjelaskan pentingnya memiliki tabungan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan

_____. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.

Zeithaml, V., Berry, L. and Parasuraman, A. .1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Utama.

Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Assael, H. 1992. *Consumer Behavior & Marketing Action*, Fourth Edition,. New York: Kent Publishing Company. Del Hawkins, Roger JB.

Dermawan, Wibisono. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Balai Pustaka.

Nazir, Muh. 1988, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Rahmady Radiany dan Andi Sularso. 2007. *Konsentrasi Pemasaran*. Surabaya: Badan Penerbit Mahardhika.

Saladin, Djaslim, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Bandung: Penerbit Linda Karya.

Tjiptono, Fandy. 1998. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI,

