

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK TABUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG PADA BANK RAKYAT  
INDONESIA DI SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**



**Disusun Oleh :**

**MAHANANI KARNO PUTRO**

**2011210679**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2015**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : MAHANANI KARNO PUTRO  
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 17 November 1993  
N.I.M : 2011210679  
Program Pendidikan : Strata 1  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen Perbankan  
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk  
Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank  
Rakyat Indonesia di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : 24 April 2015



**(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)**

Dosen Pembimbing

Tanggal : 24 April 2015



**(Emma Julianti, S.E., M.M)**

**THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY AND SAVINGS  
PRODUCT QUALITY TO SAVINGS DECISION IN  
BANK RAKYAT INDONESIA SURABAYA**

*Mahanani Karno Putro  
Students of Faculty Economic, Banking Management  
STIE Perbanas Surabaya  
2011210679@students.perbanas.ac.id*

**ABSTRACT**

*Development of the banking industry now is the development of high enough, so that the the level of competition to get customer increasingly difficult. Strategy that made the owner of the banking industry both government and private sector in maintaining the number of customers is to provide service quality and product quality. With an optimal service quality and product quality, which is expected to provide the services of the banking industry will be able to meet the expectations of consumers, capable of winning the competition that will ultimately earn the maximum profit. The purpose of this research was to determine whether there is influence between service quality and savings product quality to saving decision in Bank BRI Surabaya. The sample in this study were 100 respondents of Bank BRI saving customers. Sampling technique using the method of purposive sampling. Type of data used is primary data and multiple regression analysis. The result showed that the effects of service quality and savings product quality is positive and significant to saving decision in Bank BRI Surabaya. Advice that can be delivered is Bank BRI Surabaya should improve the quality of service and the savings product quality to attract customers decision to saving in Bank BRI Surabaya.*

**Keywords :** *Service Quality, Saving Product Quality, Saving Decision*

## **1. PENDAHULUAN**

Saat ini lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting. Semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan. Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor pendorong perubahan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Bisnis perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang mengalami perkembangan yang

cukup pesat. Sehingga bisnis perbankan mengalami persaingan yang sangat ketat dalam memberikan layanan yang baik pada nasabah, dan menyediakan produk – produk yang inovatif bagi nasabah sehingga dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggannya dalam bertransaksi.

Bank BRI sebagai salah satu perusahaan jasa dalam bidang keuangan,

yang perlu mengutamakan kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan kepada nasabah. Dimana kualitas layanan merupakan sistem yang diterapkan Bank BRI yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pada nasabahnya. Sedangkan kualitas produk merupakan nilai kepuasan yang kompleks yang ditawarkan Bank BRI kepada nasabah sesuai dengan manfaat masing-masing produk sehingga diharapkan dapat mendorong keputusan nasabah untuk menabung. Setiap produk tersebut memiliki manfaat

Untuk itu kualitas layanan dan kualitas produk memegang peranan penting dalam mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi. Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan Scoot Robinette dalam Hurriyati (2005 : 125), menyatakan bahwa terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung, semakin tinggi nilai yang dirasakan semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung.

Dari sekitar 100 Bank yang beroperasi di Indonesia, berikut ini merupakan beberapa bank dengan jumlah tabungan dan loyalitas tertinggi pada tahun 2013. Menurut survey dari ekonomi kompasiana.com Bank BRI menduduki peringkat pertama dari beberapa bank dalam jumlah dana pihak ketiga tabungan, hal ini bertolak belakang dengan indeks loyalitas Bank BRI menurut survey dari Markplus Insight menunjukkan bahwa Bank BRI menempati peringkat ke-empat. Selengkapnya pada tabel 1 menunjukkan data perolehan dana pihak ketiga tabungan tahun 2013 dan pada tabel 2 loyalitas

nasabah tahun 2013 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**DATA PEROLEHAN DPK TABUNGAN TAHUN 2013**  
**BANK BRI, BANK MANDIRI, DAN BANK BCA**

Nama Bank	Jumlah DPK Tahun 2013
BRI	Rp.496,37 triliun
Bank Mandiri	Rp.359,96 triliun
BCA	Rp.219,7 triliun

Sumber : ekonomi.kompasiana.com (Diolah)

**Tabel 2**  
**DATA INDEKS LOYALITAS NASABAH TABUNGAN TAHUN 2013**  
**BANK BCA, BANK MANDIRI, BANK BNI, DAN BANK BRI**

No	Nama Bank
1	BCA
2	Bank Mandiri
3	BNI
4	BRI

Sumber : Markplus Insight (Diolah)

Berdasarkan uraian diatas kita bisa melihat bahwa, Pada tabel 1 menunjukkan bahwa Bank BRI menempati peringkat pertama dalam perolehan DPK tabungan sedangkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa Bank BRI menempati peringkat keempat dalam data indeks loyalitas nasabah. Sehingga pada data diatas menunjukkan bahwa jumlah DPK tabungan tinggi yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada bank BRI tidak sesuai dengan loyalitas nasabahnya. Oleh karena itumaka saya akan meneliti hal tersebut dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TABUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK RAKYAT INDONESIA DI SURABAYA”**

## KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

### a. Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono dalam Dedy Trisnadi ( 2013 : 358 ), Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Rambat Lupiyoadi ( 2013 : 213 ) Kualitas Layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memberikan pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah ditinjau dari tingkat keunggulan kualitas layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas layanan akan diterima dengan baik oleh nasabah jika kemampuan penyedia jasa dapat memenuhi harapan nasabah secara konsisten.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Basrah Saidani ( 2012 : 5 ) mengemukakan bahwa ada 5 dimensi pokok yang menentukan kualitas jasa dimana konsumen menggunakan kelima dimensi tersebut untuk memberikan penilaian terhadap jasa. Adapun kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti langsung)
2. *Reliability* (Keandalan)
3. *Responsiveness* (Daya tanggap)
4. *Assurance* (Jaminan dan kepastian)
5. *Emphaty* (Empati)

### b. Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah elemen kunci dalam penawaran pasar, pemimpin pasar biasanya menawarkan produk dan jasa bermutu yang memberikan nilai pada

pelanggan yang paling unggul, Kotler dan Keller ( 2009 : 3 ). Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan kebutuhan dan kepuasan nasabah ditinjau dari tingkat keunggulan kualitas produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga kebutuhan nasabah terpenuhi dan nasabah merasa puas. Kualitas produk akan dapat diterima dengan baik oleh nasabah jika kemampuan penyedia produk tabungan dapat memenuhi harapan nasabah secara konsisten. Berikut ini beberapa benefit dari produk Tabungan, antara lain :

1. Terjamin keamanannya karena dengan menyimpan uang di bank keamanan akan uang terjamin.
2. Akan mendapatkan bunga dengan menyimpan uang di bank.
3. Dapat terhindar dari pemakaian uang secara terus-menerus.
4. Adanya kepastian saat penarikan uang, karena penarikan dapat dilakukan setiap saat dimana saja dan tidak dikenakan biaya administrasi dengan fasilitas ATM.

Jika perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono dalam Dedi Trisnadi (2013 : 358) mengemukakan, bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain :

1. *Performance* (kinerja)
2. *Features* (fitur)
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
4. *Reliability* (reliabilitas)
5. *Durability* (daya tahan)

6. *Aesthetics* (estetika)
7. *Perceived quality* (kesan kualitas)
8. *Serviceability* (kemampuan)

### c. Keputusan Menabung

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008 : 485) keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sedangkan menurut Philip Kotler (2007 : 223) Keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Seseorang yang mengambil keputusan harus mempunyai pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli dan kemudian memilih untuk membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan pembelian.

Adapun dimensi yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian menggunakan proses pengambilan keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2009 : 185).

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Perilaku pasca pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung.**

Kualitas layanan mempunyai peran penting dalam pemasaran jasa. Konsistensi dengan hasil tersebut menyatakan bahwa perusahaan dalam memasarkan jasa berusaha memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumennya. Persepsi terhadap kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh atas

keunggulan suatu jasa. Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 180), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan Bank BRI melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BRI maka akan semakin besar pula keputusan menabung nasabah. Hasil penelitian sebelumnya Muhammad Dwi Ari Susanto (2012), Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip (2013), Nabila H Zhafira (2013) menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi keputusan menabung nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung.**

Bank harus selalu melakukan peningkatan kualitas produk tabungannya dengan berbagai inovasi dan kualitas produk. Penyediaan produk yang berkualitas terbaik merupakan keharusan bagi sebuah Bank, Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh Bank Rakyat Indonesia maka semakin tinggi pula keputusan menabung nasabah. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 3) Kualitas Produk adalah elemen kunci dalam penawaran pasar, pemimpin pasar biasanya menawarkan produk dan jasa bermutu yang memberikan nilai pada pelanggan yang paling unggul. Kualitas produk memberikan kebutuhan dan kepuasan nasabah ditinjau dari tingkat keunggulan kualitas produk Bank BRI mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga kebutuhan nasabah terpenuhi dan nasabah merasa puas.

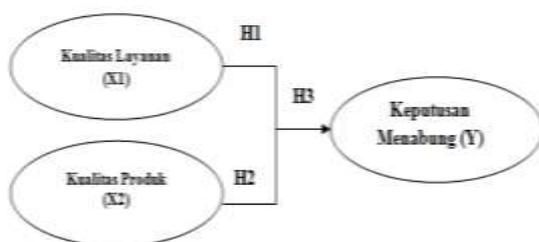
Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk bank maka akan semakin besar pula keputusan menabung nasabah pada

suatu bank. Hasil dari penelitian sebelumnya Dedy Trisnadi, Ngadino Surip (2013) menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi minat menabung, sehingga peneliti saat ini ingin merubah minat menabung pada keputusan menabung nasabah.

Berdasarkan beberapa teori yang telah dijelaskan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H<sub>1</sub>:** Terdapat pengaruh signifikan positif antara kualitas layanan terhadap keputusan menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
- H<sub>2</sub>:** Terdapat pengaruh signifikan positif antara kualitas produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
- H<sub>3</sub>:** Terdapat pengaruh signifikan positif antara kualitas layanan dan kualitas produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Muhammad Dwi Ari Susanto (2012), Dedy Trisnadi, Ngadino Surip (2013), dan Nabila H Zhaifira (2013) Diolah

Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

## 2. METODE PENELITIAN

### a. Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan yang pernah melakukan transaksi pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel pada penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dedy Trisnadi, Ngadino Surip (2013) adalah sebanyak 100 responden. Kriteria yang masuk dalam penelitian ini adalah:

1. Nasabah yang telah menggunakan produk Tabungan BRI di Surabaya minimal 1 tahun.
2. Melakukan transaksi minimal 3 kali dalam 3 bulan terakhir.
3. Nasabah yang berusia diatas 19 tahun.

### b. Variabel Penelitian

Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Variabel bebas terdiri dari :
  - a. Kualitas layanan (X1)
  - b. Kualitas produk (X2)
2. Variabel terikat terdiri dari :
  - a. Keputusan menabung (Y)

### c. Definisi Operasional Variabel

#### Kualitas Layanan

Kualitas layanan mengacu pada persepsi nasabah Bank Rakyat Indonesia mengenai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti langsung)
2. *Reliability* (Keandalan)
3. *Responsiveness* (Daya tanggap)
4. *Emphaty* (Empati)

5. *Assurance* (Jaminan dan kepastian)

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk mengacu pada persepsi nasabah Bank Rakyat Indonesia mengenai sejauh mana sebuah produk menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga kebutuhan nasabah terpenuhi dan nasabah merasa puas. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. *Performance* (Kinerja)
2. *Features* (Fitur)
3. *Conformance to Spesification* (kesesuaian dengan spesifikasi)
4. *Realibility* (keandalan)
5. *Durability* (Daya tahan)
6. *Aesthetics* (Estetika)
7. *Perceived Quality* (Kualitas yang dipersepsikan)
8. *Serviceability* (Dimensi kemudahan perbaikan)

### **Keputusan menabung**

Keputusan menabung mengacu pada persepsi nasabah Bank Rakyat Indonesia mengenai beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan menabung menurut Kotler dan Keller (2009 : 185 ) :

1. Pengenalan masalah, dapat diukur dengan menggunakan dimensi Kebutuhan dan Keinginan.
2. Pencarian Informasi, dimensi sumber informasi konsumen yang terdiri dari empat kelompok yaitu: sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik, dan sumber pengalaman.
3. Evaluasi Alternatif, Adapun dimensi yang digunakan untuk mengukur evaluasi indikator adalah penentuan tujuan, Penilaian dan seleksi pilihan indikator.

4. Keputusan Pembelian, merupakan dimensi yang digunakan untuk keputusan pembelian adalah pilihan produk, pilihan merek, pilihan bank, jumlah pembelian, saat yang tepat melakukan pembelian dan metode pembayaran.
5. Perilaku Pasca Pembelian, dimensi yang digunakan adalah kepuasan atau ketidakpuasan.

### **d. Data dan Metode Pengumpulan data**

*Primary Data* (Data Primer) : Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuisioner yang disebarkan pada responden yang telah ditentukan (Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia di Surabaya).

Kuesioner pada penelitian ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden di Bank Rakyat Indonesia di Surabaya yang pernah melakukan transaksi dan telah menjadi nasabah BRI, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

### **e. Alat Analisis**

#### **Uji Validitas**

Untuk menguji valid atau tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total. Skor tersebut dinyatakan valid apabila kurang dari taraf signifikan 0,05. Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total dari variabel. Suatu item tidak valid jika nilai signifikansinya melebihi nilai ( $\alpha$ ) = 0,05 atau tidak terdapat korelasi yang signifikan antara item pertanyaan tersebut dengan skor total keseluruhan item pertanyaan.

Uji ini mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dalam jumlah skor untuk masing-masing variabel.

$$r_i = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Sumber : Sugiyono (2010:356)

Dimana :

R = Koefisien validitas

X = Skor pada subyek item n

Y = Skor total subyek

n = Banyaknya variabel

i = Nomor pertanyaan

### Uji Reliabilitas

Reliabel adalah derajat konsistensi atau keajegan dalam data interval waktu tertentu. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran ini dilakukan untuk butir pertanyaan yang masuk dalam kategori valid. Teknik yang digunakan untuk menguji keandalan kuesioner pada penelitian ini adalah metode *split-half* dari *spearman-Brown* dengan langkah sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Keterangan :

$r_i$  = Reliabilitas internal seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *product moment* antara item pertama dan item kedua

Setelah menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas maka selanjutnya di uji dengan menggunakan uji regresi berganda. Dimana:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan simbol :

Y = Keputusan Menabung

$X_1$  = Kualitas Layanan

$X_2$  = Kualitas Produk Tabungan

a = Konstanta (*Intercept*)

$b_{1-2}$  = Koefisien regresi

e = Variabel pengganggu (*Disturbance error*).

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh dari variabel terikat yaitu variabel kualitas layanan ( $X_1$ ), kualitas produk tabungan ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan menabung (Y) pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Hasil uji - t (parsial) ini juga digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan apakah hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak.

#### b. Uji F ( Simultan )

Uji F digunakan melihat atau menguji pengaruh tiap-tiap variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

### 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### a. Karakteristik Responden

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan hasil dari penelitian yang berkaitan dengan responden yang menggunakan produk tabungan Bank BRI. Tabel-tabel berikut adalah hasil dari uji deskriptif kriteria responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, lama penggunaan produk, penggunaan tabungan Bank lain,

dan transaksi responden dalam 3 bulan terakhir.

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Tabel 3 berikut, dapat dilihat bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu sebesar 52% sebanyak 52 responden dibandingkan responden laki-laki sebesar 48% sebanyak 48 responden.

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

JENIS KELAMIN	FREKUENSI	PROSEN TASE
Laki-laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah

Pada Tabel 4 terlihat bahwa komposisi responden paling dominan adalah usia 19-25 tahun yaitu sebesar 81%. Selanjutnya sebesar 8% pada rentang usia 41-55 tahun. Komposisi responden berusia 26-40% dengan prosentase 9%. Sedangkan responden yang paling sedikit yaitu pada usia > 55 tahun sebesar 2%. Hal tersebut menyatakan bahwa pada penelitian ini responden yang paling banyak memakai layanan produk Bank Rakyat Indonesia di Surabaya adalah nasabah yang berumur 19-25 tahun.

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Menurut Usia**

USIA	FREKUENSI	PROSEN TASE
19-25	81	81%
26-40	9	9%
41-55	8	8%
>55	2	2%
TOTAL	100	100%

Sumber : Data diolah

Menurut pendidikan terakhir pada Tabel 5 berikut, paling banyak pada responden dengan pendidikan terakhir SLTA yaitu sebesar 75%. Selanjutnya responden dengan pendidikan terakhir Sarjana sebesar 18%. Yang paling sedikit

adalah responden dengan pendidikan terakhir Diploma sebesar 7%. Sedangkan untuk pendidikan terakhir SD, SLTP, dan Lain-lain tidak menjadi responden.

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir**

PENDIDIKAN TERAKHIR	FREKUENSI	PROSEN TASE
SD	0	0
SLTP	0	0
SLTA	75	75%
DIPLOMA	7	7%
SARJANA	18	18%
LAIN-LAIN	0	0
TOTAL	100	100%

Sumber : Data diolah

Pada Tabel 6, Responden nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya paling banyak adalah responden yang memiliki pekerjaan lain-lain seperti mahasiswa dan pelajar yaitu sebesar 77%. Responden yang berprofesi sebagai Pegawai Swasta sebesar 13%. Sedangkan responden dengan profesi Wiraswasta adalah sebesar 6%. Dan yang paling sedikit adalah responden yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri yaitu hanya 4%.

**Tabel 6**  
**Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan**

PEKERJAAN	FREKUENSI	PROSEN TASE
Pegawai Negeri	4	4%
Wiraswasta	6	6%
Pegawai Swasta	13	13%
Lain-lain	77	77%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 7 berikut, responden yang berpenghasilan kurang dari satu juta lima ratus ribu rupiah adalah yang terbanyak yaitu sebesar 62%. Adapun yang berpenghasilan satu juta lima

ratus ribu sampai sepuluh juta rupiah sebesar 27%. Dan prosentase paling sedikit sebesar 11 % adalah responden yang memiliki penghasilan antara sepuluh juta sampai dua puluh juta rupiah. Sedangkan yang memiliki pendapatan perbulan dua puluh juta sampai tiga puluh juta rupiah dan lebih dari tiga puluh juta rupiah tidak menjadi responden pada penelitian ini.

**Tabel 7**  
**Karakteristik Responden Menurut Pendapatan**

PENDAPATAN PERBULAN	FREKU ENSI	PROSEN TASE
< Rp 1.500.000	62	62%
Rp 1.500.000 – Rp 10.000.000	27	27%
Rp 10.000.000 – Rp 20.000.000	11	11%
Rp 20.000.000 – Rp 30.000.000	0	0
> Rp 30.000.000	0	0
Total	100	100%

Karakter responden berdasarkan lama responden menggunakan produk tabungan BRI pada tabel 8 terlihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini sebanyak 70 atau 70% persen merupakan responden yang telah menjadi nasabah Tabungan Bank BRI selama 1-3 Tahun. Sebanyak 22 responden atau 22% merupakan responden yang telah menjadi nasabah selama 4-6 tahun. Sedangkan sebanyak 8 atau 8% persen responden telah menjadi nasabah selama lebih dari 6 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden nasabah Tabungan Bank BRI di Surabaya yang telah menjadi nasabah Tabungan BRI di Surabaya selama 1-3 Tahun.

**Tabel 8**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Responden Menggunakan Produk Tabungan Bank BRI**

Karakteristik	Frekuensi	Prosentase
1-3 TAHUN	70	70%
4-6 TAHUN	22	22%
> 6 TAHUN	8	8%
TOTAL	100	100%

Tabel 9 berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan penggunaan terhadap produk bank lain. Sebanyak 56 atau 56% responden nasabah Tabungan BRI di Surabaya memiliki Tabungan di bank lain. Sebanyak 44 atau 44% responden Tabungan BRI di Surabaya tidak memiliki Tabungan di Bank lain. Sehingga dapat disimpulkan lebih banyak responden nasabah Tabungan Bank BRI di Surabaya memiliki tabungan di Bank lain yang di dominasi antara lain oleh bank CIMB Niaga, BCA, BNI, Mandiri, dan Bank Jatim.

**Tabel 9**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Terhadap Produk Tabungan Bank Lain**

Karakteristik	Frekuensi	Prosentase
Memiliki Tabungan di Bank Lain	56	56%
Tidak Memiliki Tabungan di Bank Lain	44	44%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 10, Responden pada penelitian ini dalam tiga bulan terakhir bertransaksi di Bank BRI 3-5 kali sebanyak 82 nasabah atau 82%. Sedangkan yang dalam tiga bulan terakhir bertransaksi lebih dari lima kali sebanyak 18 nasabah atau 18%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah bertransaksi di Bank BRI di Surabaya selama tiga bulan terakhir sebanyak 3 sampai 5 kali.

**Tabel 10**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan**  
**Responden Bertransaksi Di Bank BRI**  
**Dalam 3 Bulan Terakhir**

<b>Karakteristik</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase</b>
3-5 KALI	82	82%
> 5 KALI	18	18%
TOTAL	100%	100%

Sumber: Data primer, diolah

### **b. Analisis Deskriptif**

#### **Kualitas Layanan**

Berdasarkan analisis mengenai variabel kualitas layanan yang terdiri dari lima indikator yaitu Bukti Fisik (KL1), Keandalan (KL2), Daya Tanggap (KL3), Jaminan (KL4), dan Empati (KL5) jawaban paling banyak dipilih oleh responden yaitu dengan skor 4 (Setuju) sebanyak 1264.

Secara keseluruhan menunjukkan bahwa dari kelima indikator kualitas layanan responden setuju bahwa Bank Rakyat Indonesia di Surabaya memiliki fasilitas gedung yang sangat terawat dan menarik, sarana yang tergolong modern, fasilitas ruang tunggu yang nyaman, dan karyawannya yang selalu berpenampilan rapi. Selain itu, karyawan Bank BRI secara simpatik bersedia memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat. Rata-rata keseluruhan indikator pada variabel kualitas layanan adalah sebesar 3,91 (Setuju) yang artinya rata-rata responden setuju terhadap pernyataan tentang kualitas layanan Bank BRI.

#### **Kualitas Produk**

Hasil tanggapan responden terhadap pernyataan kuesioner variabel kualitas produk yaitu tanggapan responden tertinggi untuk variabel kualitas produk

adalah tanggapan responden dengan skor 4 (Setuju) yaitu sebanyak 510.

Secara keseluruhan menunjukkan bahwa dari kedelapan indikator kualitas produk responden setuju bahwa produk tabungan pada Bank BRI di Surabaya dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya, mudah didapat dan digunakan dengan jangka waktu yang lama serta mudah dipahami. Selain itu, produk tabungan Bank BRI dapat mempermudah transaksi nasabah serta memiliki desain yang menarik dan variatif. Rata-rata keseluruhan indikator pada variabel kualitas layanan adalah sebesar 3,88 (Setuju) yang artinya rata-rata responden setuju terhadap pernyataan tentang kualitas produk Bank BRI.

#### **Keputusan Menabung**

Hasil tanggapan responden terhadap pernyataan kuesioner variabel keputusan menabung yaitu tanggapan responden tertinggi untuk variabel kualitas produk adalah tanggapan responden dengan skor 4 (Setuju) yaitu sebanyak 305.

Secara keseluruhan menunjukkan bahwa dari kelima indikator keputusan menabung responden setuju bahwa produk tabungan Bank BRI mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Selain itu dalam pemilihan produk tabungan Bank BRI, nasabah melalui beberapa alternatif dan mencari informasi terlebih dahulu tentang produk tabungan Bank BRI. Beberapa nasabah memilih untuk terus menggunakan produk tabungan Bank BRI. Rata-rata keseluruhan indikator pada variabel kualitas layanan adalah sebesar 3,87 (Setuju) yang artinya rata-rata responden setuju terhadap pernyataan tentang keputusan menabung di Bank BRI.

### **c. Validitas dan Reliabilitas**

#### **Validitas**

Berdasarkan pengujian validitas, dapat disimpulkan bahwa sampel besar

dengan tiga puluh tiga indikator yang terdiri dari kualitas layanan, kualitas produk, dan keputusan menabung menunjukkan tingkat signifikansi dikarenakan nilainya kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel pada sampel besar tersebut valid.

### Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan *alpha* dengan nilai 0,6 jika *cronbach alpha* lebih besar daripada 0,6 maka item pertanyaan dikatakan reliabel. Berdasarkan analisis data, maka semua variabel dapat dikatakan reliabel karena nilai *alpha* diatas 0,6.

### d. Analisis Statistik

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik regresi berganda dengan menggunakan SPSS For Windows 20.0. Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Uji regresi berganda ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh perilaku kualitas layanan, kualitas produk terhadap keputusan menabung Tabungan Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

Berdasarkan tabel output SPSS, maka dapat disimpulkan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,391 + 0,125 X_1 + 0,262 X_2 + 2,374$$

$$KM = 1,391 + 0,125 KL + 0,262 KP + 2,374$$

1. Konstanta (a) = 1,391 menunjukkan jika variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Layanan dan Kualitas produk = 0 , maka keputusan nasabah menabung di Bank BRI di Surabaya adalah sebesar 1,391.
2. Koefisien regresi Kualitas Layanan (KL) = 0,125 , menunjukkan

hubungan positif antara kualitas layanan dengan keputusan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik aspek kualitas layanan yang dilakukan oleh bank BRI di Surabaya maka akan semakin baik pula keputusan menabung . Atau apabila variabel kualitas layanan naik sebesar satu satuan, maka variabel keputusan menabung (KM) akan mengalami kenaikan sebesar 0,125.

3. Koefisien regresi Kualitas Produk (KP) = 0,262 , menunjukkan hubungan positif antara Kualitas Produk dengan keputusan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik aspek kualitas produk yang dilakukan oleh bank BRI di Surabaya maka keputusan nasabah menabung semakin baik pula. Atau apabila variabel kualitas produk naik sebesar satu satuan, maka variabel keputusan menabung (KM) akan mengalami kenaikan sebesar 0,262.
4. *Standart Error* adalah standar deviasi dari nilai rata- rata. *Standart error* langsung dihitung dari keseluruhan data dengan menggunakan alat analisis SPSS mendapatkan hasil 2,374.

Berikut merupakan hasil analisis statistik regresi berganda pada Tabel 11:

**TABEL 11**  
**REGRESI BERGANDA**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1.391	2.374		.586	.559			
TOT.KL	.125	.033	.343	3.750	.000	.531	.356	.298
TOT.KP	.262	.064	.377	4.125	.000	.548	.386	.327

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENABUNG

**Sumber : Data diolah**

Berdasarkan pengujian dapat dilihat bahwa nilai korelasi parsial yang menunjukkan bahwa terjadi pengaruh keeratan hubungan antara variabel bebas kualitas layanan dan kualitas produk dengan variabel terikat keputusan menabung adalah sebagai berikut : Kualitas Layanan terhadap Keputusan menabung sebesar 0,356 dan Kualitas Produk terhadap Keputusan menabung sebesar 0,386

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung sebesar 0,356 (35,6%) dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung sebesar 0,386 (38,6%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel keputusan menabung karena memiliki pengaruh yang lebih besar.

### Uji T

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dimana analisis statistik uji t terlebih dahulu akan menguji hubungan antara variabel bebas yaitu kualitas layanan dan kualitas produk terhadap variabel terikat keputusan menabung.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan maka uji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan menabung menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pada tabel 12 yaitu sebesar 0,000. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Dengan demikian hipotesis 1 penelitian ini diterima atau di dukung kebenarannya.

Hasil uji t antara kualitas produk terhadap keputusan menabung menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pada tabel 12 yaitu sebesar 0,000. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Dengan demikian hipotesis 2 penelitian ini diterima atau di dukung kebenarannya.

### Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BRI di Surabaya. Kriteria dalam uji simulatan ini

dilakukan dengan cara melihat signifikansi uji ANOVA.

Dari tabel 13 Uji F, nilai probabilitas (Sig. F) sebesar  $0,000 < \text{taraf signifikansi sebesar } 0,05\% (5\%)$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank BRI di Surabaya. Dengan demikian Hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima atau di dukung kebenarannya.

### Nilai R Square

Berdasarkan tabel 14 diperoleh R Square sebesar 0,389. Nilai R Square digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variasi variabel bebas mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai 0,389 menjelaskan bahwa 38,9% variasi variabel bebas kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi variasi variabel keputusan menabung. Adapun sisanya 61,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian

**TABEL 12**  
**UJI T**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	1.391	2.374		.586	.559			
1 KUALITAS LAYANAN	.125	.033	.343	3.750	.000	.531	.356	.298
KUALITAS PRODUK	.262	.064	.377	4.125	.000	.548	.386	.327

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

**Tabel 13**  
**UJI F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	157.406	2	78.703	30.865	.000 <sup>b</sup>
	Residual	247.344	97	2.550		
	Total	404.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk

**Tabel 14**  
**NILAI R SQUARE**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 <sup>a</sup>	.389	.376	1.597

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENABUNG

## e. Pembahasan

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan menabung**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji t, menunjukkan t hitung sebesar  $3,750 > t$  tabel sebesar 1,984. Pada tabel 4.18 Variabel kualitas layanan memiliki tingkat korelasi secara parsial sebesar 0,356.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan menabung**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji t, menunjukkan t hitung sebesar  $4,125 > t$  tabel sebesar 1,984. Pada tabel 4.18 variabel kualitas produk memiliki tingkat korelasi secara parsial sebesar 0,386.

### **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan menabung**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa F hitung sebesar  $30,865 > F$  tabel sebesar 3,09 atau nilai probabilitas (Sig F) sebesar  $0,000 < \text{Taraf Sig}$  sebesar 0,05 (5%).

## **SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 20,0 didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya
2. Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya
3. Kualitas Layanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya

Adapun keterbatasan pada penelitian ini adalah masih banyaknya responden yang kurang mengerti untuk mengisi pernyataan dalam kuesioner yang telah dibagikan sehingga perlu didampingi peneliti dalam pengisian kuesioner tersebut.

Saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain ; 1) Saran bagi Bank BRI : Bank BRI diharapkan meningkatkan kualitas layanan dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan minat nasabah untuk menyimpan dananya pada Bank BRI. Berdasarkan hasil dari jawaban kuesioner, masih terdapat nasabah yang tidak setuju terhadap pelayanan yang diberikan Bank BRI seperti pelayanan Bank BRI selalu tepat waktu, karyawan bersedia meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan nasabah, produk tabungan bank BRI lebih baik dari produk tabungan lain dan memiliki fitur yang lengkap, desain yang menarik, mudah dipahami serta dapat memenuhi kebutuhan

nasabahnya. Oleh karena itu, Bank BRI diharapkan dapat meningkatkan pelayanan tentang kualitas layanan tersebut sehingga semakin meningkat pula minat menabung nasabah di Bank BRI. 2) Bagi Peneliti Selanjutnya : diharapkan untuk dapat menjangkau pada seluruh lapisan usia responden sehingga responden yang di dapat merata di seluruh lapisan usia dan mengkaji ulang penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya dengan menambah indikator pertanyaan dan indikator lainnya sehingga dapat memperkuat penelitian yang akan di teliti serta variabel dalam penelitian saat ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Basrah Sadiani, Samsul Arifin.2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3. No. 1. Pp 1 – 22.
- Dedy Trisnadi, Ngadino Surip.2013. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga. *Jurnal Mix*. Vol. 6. No. 3.Pp 356 – 368.
- Fandy Tjiptono. 2008. Pemasaran Jasa. Malang : Penerbit Bayu Media Publishing.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Jonathan Sarwono. 2006. *Metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Global edition. 14 edition. Pearson education.
- Muhammad Dwi Ari Susanto. 2012. Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 1.No. 1.Pp 177-186.
- Mullins, J., Walker, O.C., Boyd, H.W. and Larreche, J.C. 2005. *Marketing Management : A Strategic Decision – Making Approach*. Mc Graw – Hill, New York.
- Nabila H Zhafira. 2013.The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and Economics*. ISSN 2278 – 3369. Vol. 2. Issue.6. Pp 72-78.
- Puguh Suharso. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Cetakan pertama. Jakarta : PT Indeks
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Ratih Hurriyati. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : CV. Alfabeta.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan keempat. Jakarta : PT Indeks.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung : Alfabeta

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Akses melalui internet :

Emhasila. 2014. *BRI Tetap Nomor 1, Ini 3 Bank Peraih Laba Tertinggi 2013*. (online), (<http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2014/04/23/bri-tetap-nomor-1-ini-3-bank-peraih-laba-tertinggi-2013-650583.html>, diakses tanggal 10 Oktober 2014)

MarkPlus Insight. 2014. *Engagement Nasabah Tantangan Industri Perbankan Dalam Membangun Loyalitas*. (Online), (<http://www.markplusinc.com/ibla/minimn-ya-engagement-nasabah-tantangan-industri-perbankan-dalam-membangun-loyalitas/>, diakses tanggal 10 Oktober 2014)