



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 7825-7832

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah *Tabungan Smart IB* Di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Medan Ringroad

Octaviani Dwi Sari^{1✉}, M. Abrar Kasmin Hutagalung²
Universitas Potensi Utama, Indonesia Medan, Indonesia
Email: octavianidwisari23@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek , Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Smart IB di PT.Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad, Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan , Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Smart IB di PT.Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad, Serta untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan Smart IB di PT. Bank Sumut KCSy Medan Ringroad. Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini yaitu memberikan informasi terkait kualitas pada PT. Bank Sumut KCSy. Medan Ringroad itu sendiri .Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil Uji T dari pengaruh kualitas layanan dapat dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan parsial $0.087 < 0.05$, pengaruh citra merek dapat dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan parsial $0.002 > 0.05$, pengaruh kualitas produk dapat dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan parsial $0.011 < 0.05$. Uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan parsial $0.001 < 0.05$ yang menunjukkan secara simultan pengaruh kualitas layanan, citra merek, kualitas produk terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan Smart IB pada PT.Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad bisa dilihat dari hasil R-square sebesar 0.636 atau 63,6% yang menunjukkan sebesar 63,6. Dari hasil yang sudah dikelolah menyatakan bahwa terdapat pengaruh terhadap Kualitas layanan, Citra Merk, dan kualitas produk terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan Smart IB pada PT. Bank Sumut KCSy. Medan Ringroad.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan menjadi Nasabah*

Abstract

To determine the influence of service quality, brand image, product quality partially influence the decision to become a Smart IB Savings customer at PT Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad. To determine the influence of service quality, brand image and product quality simultaneously influence the decision to become a Smart Savings customer IB at PT.Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad. This research uses quantitative methods. The t test results of the influence of service quality can be seen from $t_{count} > t_{table}$ with a partial of $0.087 < 0.05$, the influence of brand image can be seen from $t_{count} > t_{table}$ with a partial of $0.002 > 0.05$, the influence of product quality can be seen from $t_{count} > t_{table}$ with a partial of $0.011 < 0.05$. The F test obtained a value of $F_{count} > F_{table}$ with a partial of $0.001 < 0.05$ which shows simultaneously the influence of service quality, brand image, product quality on the decision to become a Smart IB savings customer at PT Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad which can be seen from the R-square result of 0.636 or 63.6% which shows 63.6.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Product Quality, Decision to become a Customer

PENDAHULUAN

Bank syariah adalah layanan perbankan yang pengelolaannya berdasarkan prinsip syariah Islam. Saat ini pertumbuhan perbankan syariah semakin berkembang di Indonesia. Kehadiran bank yang menggunakan prinsip syariah ini menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin terhindar dari riba, yang ditemukan pada perbankan konvensional dalam bentuk bunga. Perbankan syariah yaitu bagi hasil. Bank syariah merupakan bank yang dalam menjalankan usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam dengan tidak mengandalkan pada bunga, dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. (Sulhan, 2018) Bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

PT. Bank SUMUT Syariah merupakan bank milik pemerintah daerah Sumatera Utara berbasis syariah yang menawarkan berbagai produk berupa Tabungan wadi'ah, Giro Wadi'ah, Tabungan Mudharabah, Giro Mudharabah dan Deposito IB Mudharabah. PT. Bank SUMUT Syariah KCSy Medan Ringroad yang juga sama merupakan bank milik pemerintah daerah Sumatera Utara yang berkantor di Jl. Asem Kumbang, kecamatan Medan Selayang ID 20133. PT. Bank SUMUT Syariah KCSy Medan Ringroad hadir sebagai bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan operasionalnya. Keyakinan pada perekonomian dan kegiatan muamalah yang sesuai dengan syariah, dan penerimaan masyarakat atas kegiatan perbankan syariah, telah memberikan semangat kepada bank untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan berlandaskan tiga prinsip operasional, yakni amanah, jamaah, dan hasanah. Yang orientasi pelayanan pada seluruh golongan

masyarakat, tanpa membedakan latar belakang suku, agama, dan ras. PT. Bank SUMUT Syariah KCSy Medan Ringroad yang juga sama merupakan bank milik pemerintah daerah Sumatera Utara yang berkantor di Jl. Asem Kumbang , kecamatan Medan Selayang ID 20133. PT. Bank SUMUT Syariah KCSy Medan Ringroad hadir sebagai bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan operasionalnya. Keyakinan pada perekonomian dan kegiatan muamalah yang sesuai dengan syariah, dan penerimaan masyarakat atas kegiatan perbankan syariah, telah memberikan semangat kepada bank untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan berlandaskan tiga prinsip operasional, yakni amanah, jamaah, dan hasanah. Yang orientasi pelayanan pada seluruh golongan masyarakat, tanpa membedakan latar belakang suku, agama, dan ras.

Tabel 1. Jumlah Nasabah Bank Syariah dan Nasabah Tabungan Smart IB di PT. Bank SUMUT Syariah KCSy Medan Ringroad Tahun 2019-2022

	2019	2020	2021	2022
Nasabah Bank Syariah	191.019	235.266	267.883	295.342
Nasabah Tabungan Smart IB Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad	2.220	2.390	2.782	2.955

Sumber : PT. Bank Sumut Syariah Medan Ringroad Tahun 2022

Menurut peneliti dari data jumlah nasabah tabel 1 diatas di atas membuktikan bahwa dalam 4 tahun terakhir, jumlah Nasabah terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. pada tahun 2019, Jumlah Nasabah di Bank Syariah 191.019 dan Nasabah di Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad 2.220, pada tahun 2020 mengalami kenaikan yang signifikan yaitu sebesar Jumlah Nasabah di Bank Syariah 235.266 dan Nasabah di Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad 2.390, pada tahun 2021 mengalami kenaikan lagi sebesar Jumlah Nasabah di Bank Syariah 267.883 dan Nasabah di Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad 2.782, pada tahun 2022 terus naik menjadi Jumlah Nasabah di Bank Syariah 295.342 dan Nasabah di Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad 2.955.

Menurut peneliti kenaikan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin banyak menggunakan produk bank Syariah atau hanya sekedar menyimpan uangnya di bank Syariah. menjelaskan bahwa ada kenaikan nasabah disetiap tahunnya di Bank Syariah dan Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad mulai dari tahun 2019 - 2022 ,faktor yang menyebabkan kenaikan jumlah nasabah juga di lihat dari perusahaan maupun instansi atau juga yayasan dalam kualitas layanan ,citra merek dan kualitas produk nasabah.

Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses.

Citra Merk merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan referensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian, image konsumen yang positif terhadap suatu brand lebih memungkinkan konsumen melakukan pembelian. Brand yang lebih baik juga menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif. Brand image adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.

Kualitas Produk suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Kualitas produk merupakan kesesuaian kebutuhan dan keinginan pada setiap produk ke dalam spesifikasi produk, kualitas produk adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen.

PT. Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad diharapkan dapat memenuhi kebutuhan para nasabah dengan mengoptimalkan kualitas layanan, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah. Menurut peneliti strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas layanan, citra merek dan kualitas produk yang terlihat dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada.

Seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat mengenai kebutuhan akan jasa dan layanan yang berkualitas, mempunyai Citra merk yang baik dan produk yang dibutuhkan nasabah, maka hal ini merupakan tantangan bagi PT. Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan PT. Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad harus mencari strategi yang paling tepat guna untuk memenangkan persaingan dengan cara memperbanyak nasabah yang menabung di Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad. Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti memandang penting dan layak untuk melakukan studi lebih lanjut untuk mengetahui tentang: "Pengaruh Kualitas Layanan,

Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan Smart IB di PT. Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad”.

METODE PENELITIAN

Waktu yang dilaksanakan oleh penelitian ini dimulai dari bulan Mei 2023 sampai dengan bulan Juni 2023 dan lokasi pada penelitian ini di PT.Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad yang berlokasi di Jl. Asam Kumbang ,kecamatan Medan Selayang Kota Medan, Sumatera Utara, Kode Pos 20133.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu penyebaran kusioner dan wawancara dan Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah dan tehnik sampling yang digunakan oleh penelitian ini adalah tehnik sampling Convenience sehingga jumlah populasi mencapai 100 nasabah.

pada penelitian ini menggunakan Metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan beberapa pengujian teori-teori melalui variabel-variabel penelitian. Penelitian kuantitatif ini berupa data primer, dan data sekunder. Data primer data yang dihasilkan secara langsung melalui penyebaran kusioner terhadap nasabah sedangkan data sekunder data yang dihasilkan melalui situs web perbankan, jurnal, skripsi penelitian terdahulu dan buku-buku lainnya yang terkait dengan judul pembahasan oleh penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Uji F

		ANOVA^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.913	3	2.638	6.211	<,001 ^b
	Residual	40.769	96	.425		
	Total	48.682	99			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (0.001 < 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen (kualitas layanan,citra merek dan kualitas produk) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah).

- a. Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menggambarkan variasi variabel independen. Nilai R^2 yang kecil maka

kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R² yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda maka masing-masing variabel independen secara parsial dan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yang dinyatakan dengan R² untuk menyatakan uji derajat determinasi atau seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan menjadi Nasabah.

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.403 ^a	.663	.636	.65167	.163	6.211	3	96	<.001	1.788

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

- b. Berdasarkan pada tabel 3 hasil uji koefisien determinasi (R²) diatas menunjukkan nilai Adjusted R Square (R²) sebesar 0.636. variabel keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kualitas Produk sebesar 63,6%, sedangkan sisanya 36,4% dapat dijelaskan dari variabel lain diluar dari variabel penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (ROE)

Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas layanan terhadap keputusan menjadi nasabah secara parsial dengan Variabel Kualitas Layanan mempunyai nilai simultan sebesar $0.087 > 0.05$, (taraf simultan). Hubungan layanan dan keputusan menjadi nasabah yang ditawarkan bank . untuk mewujudkan suatu kayanan yang berkualitas yang mampu menciptakan keputusan menjadi nasabah, Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad harus mampu memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu dari Amalia Damar Asri yang berjudul Pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung pada BRI Syariah di Surabaya.

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (ROE)

Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara Citra Merek terhadap keputusan menjadi nasabah secara parsial dengan Variabel Citra Merek mempunyai nilai simultan sebesar $0.002 > 0.05$, (taraf simultan). Hasil deskriptif mengenai citra merek mengalami perbaikan maka akan mengalami peningkatan variabel keputusan menjadi nasabah dengan menampung daya ingat nasabah dengan citra yang baik. Salah satu upaya untuk meningkatkan kenaikan nasabah dengan memperkenalkan merek tersebut kepada nasabah, agar nasabah lebih mengenal dan memahami merek produk pada Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad dan akan lebih mudah menemui produk tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu dari Imam Chabibi, Leonardo Budi Hasiholan, SE, MM, Dra, Cicik Harini, MM yang berjudul Pengaruh kualitas layanan, citra merk dan kualitas Produk terhadap keputusan pembelian dengan minat pembelian sebagai intervening (Studi kasus dealer jaya motor semarang).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (ROE)

Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Simultan antara Kualitas Produk terhadap keputusan menjadi nasabah secara parsial dengan Variabel Kualitas Produk mempunyai nilai simultan sebesar $0.011 > 0.05$, (taraf simultan). Hasil deskriptif mengenai kualitas produk pada Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad menjaga kualitas produknya meliputi kenyamanan, kemudahan dalam penggunaan produknya, apabila variabel kualitas produk mengalami perbaikan dan peningkatan maka akan mengalami peningkatan variabel keputusan menjadi nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Diana Ulfa, Utami Tri Sulistyorini yang berjudul Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, lokasi, dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung kembali (studi pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu syariah UNISSULA).

SIMPULAN

1. Keputusan Nasabah PT. Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad berdasarkan variabel independen (X) kualitas pelayanan dan keputusan nasabah sebagian variabel dependen (Y) yaitu :
 - a) Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah (Y). Artinya semakin baik Kualitas Layanan maka semakin meningkat keputusan nasabah. Hal ini terbukti dari nilai signifikan sebesar $0,087 > 0,05$.

- b) Citra Merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah (Y). Artinya semakin baik Citra Merek maka semakin meningkat keputusan nasabah. Hal ini terbukti dari nilai signifikan sebesar $0,002 > 0,05$.
 - c) Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah (Y). Artinya semakin baik Kualitas Produk maka semakin meningkat keputusan nasabah. Hal ini terbukti dari nilai signifikan sebesar $0,011 > 0,05$.
2. Kualitas Layanan , Citra Merek, Kualitas Produk, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah . Hal tersebut menjadi pertimbangan agar Pengaruh tersebut mampu untuk lebih meningkatkan keputusan nasabah PT. Bank SUMUT KCSy Medan Ringroad.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Sakti. 2017. *islamic economic* . Jakarta : Rajawali Pers.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hartono, Indra Kusumadi, and Muhammad Abrar Kasmin. " *Elektronik Marketing Model For Higher Education.*" (2021)
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana. 2010
- Kotler, Philip. and Armstrong, Garry, 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta
- Nasution, M. Nur. *Manajemen Jasa Terpadu*. Yogyakarta : Graha ilmu. 2012
- Ridwan,M., & Hutagalung M.A.K (2020) Analisis Pengaruh e-banking Terhadap Pelayanan dan Kemudahan Perbankan Syariah dalam Berinteraksi (Studi kasus masyarakat kota medan). *NUKHBATUL'ULUM : Jurnal Bidang Kajian Islam*,6/(2),221-243.