p-ISSN 2798-0499
e-ISSN 2798-0502
Penerbit ADM RUMAH PENGETAHUAN
JURNAL EMAK
Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan

The Effect of Location and Quality of Services on the Decision of Saving Customers at BNI KCP Bintuhan, Kaur Regency

Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur

Olan Rizki[1)]; Nia Indriasari[2)]; Iswidana Utama Putra[2)]
[1)]Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu
[2)]Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu
Email: [1)] riski.betaprima@gmail.com; [2)] indriasari_nia@yahoo.com; [2)] iswie85@gmail.com

How to Cite :
Rizki, O., Indriasari, N., Putra, I. U. (2021). The Effect of Location and Quality of Services on the Decision of Saving Customers at BNI KCP Bintuhan, Kaur Regency. EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, *2*(4). DOI: https://doi.org/10.53697/emak.v2i4

ARTICLE HISTORY
Received [12 Agust 2021]
Revised [25 Agust 2021]
Accepted [05 October 2021]

KEYWORDS
Emotional Intelligence, Work Achievement, Performance

This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur. Sampel dalam penelitian ini 120 orang nasabah yang menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur. Teknik pengambilan sampel adalah teknik accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan Y = 9,338 + 0,308X1 + 0,477 X2 + e, hal ini menggambarkan arah regresi yang positif. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of emotional intelligence and work achievement on the performance of State Civil Apparatus at the Regional Secretariat of Kaur Regency. The sample in this study was 79 State Civil Apparatus (ASN) at the Regional Secretariat of Kaur Regency. The data was collected using a questionnaire and the analytical methods used were multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of the regression analysis showed Y = 8,641 +0,312X1 +0,492 X2, this describes a positive regression direction, meaning that there is a positive influence between X1 (emotional intelligence) and X2 (work achievement) on performance (Y). It means that if the variables of emotional intelligence and work achievement increase, it will increase performance. The value of the coefficient of determination is 0.501. This means that X1 (emotional intelligence) and X2 (work achievement) affect performance (Y) by 50.1% while the remaining 49.9% is influenced by other variables not examined in this study. The significance of 0.05 explains that partially emotional intelligence and work achievement variables have a

significant influence on the variable performance of State Civil Apparatus at Regional Secretariat of Kaur Regency. The results of F test at a significance level of 0.05 explained that the variables of emotional intelligence and work achievement had a significant influence on performance of State Civil Apparatus at the Regional Secretariat of Kaur Regency.

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Pemasaran merupakan konsep kunci keberhasilan suatu bisnis dimana pemasaran harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan untuk mencapai keputusan nasabah menabung yang dapat memberi dampak positif bagi perusahaan. Pemahaman pemasaran bagi pihak pemasaran sangat penting dalam rangka pengenalan kebutuhan dan keinginan pelanggan, penentuan pasar sasaran mana yang dapat dilayani dengan sebaik-baiknya oleh perusahaan, serta merancang produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut. Pemasaran (marketing) merupakan "Sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain" (Kotler dan Keller, 2014:5).

Pelanggan memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan setelah menikmati jasa tersebut cenderung akan membandingkan dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati berada jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, maka pelanggan akan meninggalkan pemberi jasa tersebut. Sebaiknya, jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, mereka akan cenderung untuk memakai kembali produk dan jasa tersebut. Selain itu, pelanggan juga membutuhkan komitmen dan kesungguhan petugas dalam melayani pelanggan.

Dunia perbankan mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang membuat rekening tabungan, mulai dari kalangan atas sampai kalangan bawah demi keamanan dan kenyamanan dalam menyimpan uang. Kini kesadaran masyarakat mulai tumbuh akan pentingnya menabung. Dengan demikian bank harus mengikuti perkembangan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabanhnya. Secara teoritis ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui pengharapan atau ekspetasi pelanggan maka pelanggan tersebut merasa puas (Lupiyoadi, 2017:214). Perusahaan perlu membangun sistem manajemen kualitas jasa untuk mengidentifikasi kesenjangan yang mungkin terjadi. Pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan menjadikan pelanggan sebagai fokus utamanya. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (perceived services) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service). Kualitas layanan difokuskan dalam pengukuran bentuk fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) (Lupiyoadi, 2015:216). Apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka konsumen akan memperoleh kepuasan atas produk/jasa dan cenderung melakukan pembelian ulang produk/jasa yang sama. Perusahaan yang tidak mengedepankan kualitas pelayanan dari produk/jasa yang ditawarkan akan mengakibatkan risiko tidak loyalnya pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, lokasi juga merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan oleh perusahaan perbankan karena lokasi yang mudah di akses akan memudahkan para nasabah untuk menerima pelayanan dari bank baik untuk menabung ataupun meminjam. BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur yang bergerak di bidang perbankan, merupakan salah satu bank yang ada di Kabupaten Kaur yang memiliki banyak layanan baik layanan tabungan maupun layanan kredit usaha. Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan

p-ISSN 2798-0499
e-ISSN 2798-0502
Penerbit ADM
RUMAH PENGETAHUAN
JURNAL EMAK
Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan

tersebut akan berlokasi. Letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Lokasi bank yang strategis akan memudahkan nasabah untuk mendapatkan akses terhadap bank tersebut. Kedekatan bank dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan.

Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar memberikan pertimbangan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang Selain itu hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perbankan, adalah bagaimana pihak bank dapat menarik nasabah dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para nasabah puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Tentu saja tujuannya tidak lain adalah untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpaling menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain.

Pelayanan juga sangat perlu diperhatikan oleh BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur. Berbagai usaha telah dilakukan oleh BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur mulai dari pemilihan tempat yang strategis dan mudah diakses dengan menyediakan ruangan ber AC, menata ulang ruang tunggu serta menata tempat formulir, brosur, dan pamflet agar nasabah merasa nyaman dan mudah dalam melakukan transaksi.Fenomena yang terjadi saat ini adalah menurunnya keputusan menabung dari nasabah dikarenakan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur yang terlihat dari ruang tunggu yang kurang memadai dikarenakan jumlah kursi yang tersedia tidak mencukupi karena pada saat Pandemi Covid-19 ini dianjurkan untuk selalu menjaga jarak sehingga tidak bisa duduk berdekatan. Hal lain juga terlihat dari masih adanya penumpukan nasabah pada saat antri. Untuk lokasi juga terjadi permasalahan karena lahan parkir yang kurang memadai pada saat nasabah banyak yang mengunjungi bank, dan petugas atau penjaga keamanan juga kewalahan karena harus dilakukan pengecekan suhu sebelum nasabah memasuki kawasan bank.

LANDASAN TEORI

Lokasi

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2015:96). Sedangkan menurut (Swastha dan Handoko, 2016:187) mengemukakan bahwa lokasi (place) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen.

Kualitas Pelayanan

Stemvelt (2016:210) menyatakan bahwa konsep kualitas pelayanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi keputusan nasabah menabung. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan..

Keputusan Nasabah

Menurut Kotler (2016:212) mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Pengertian keputusan pembelian menurut Hadinoto (2018:251) yaitu mengidentifikasikan semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai

pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Regresi Linear Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan sekaligus hipotesa-hipotesa yang diajukan dalam penelitian. Untuk analisis statistiknya menggunakan analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Ghozali, 2017:43). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan untuk variabel dependen adalah kepuasan. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2015:77) :

Y = a + b1X1 + b2X2 + e

$$Y = a + B1X1 + B2\ X2 + B3\ X3 + e$$

Dimana :

Y = ROA (*Return on Asset)*
a = Konstanta
B1,2,3 = Penaksiran koefisien regresi
X1 = CAR (*Capital Adequacy Ratio)*
X2 = LDR (*Loan t Deposit Ratio)*
X3 = BOPO (Biaya Operasinal terhadap Pendapatan Operasional
e = Variabel Residual (tingkat kesalahan)

Koefisien Determinasi (R2)

Kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variasi variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinasi (R2) yang berada antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua inforrmasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2015:82). Interpretasi: Jika R2 mendekati 1 (semakin besar nilai R2), menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan semakin kuat.; dan Jika R2 mendekati 0 (semakin kecil nilai R2), menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan semakin lemah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh lokasi, kualitas pelayanan terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.338	3.070		3.042	.003
	Lokasi	.308	.074	.315	4.180	.000
	Kualitas Pelayanan	.477	.074	.486	6.441	.000

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah menabung

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

p-ISSN 2798-0499
e-ISSN 2798-0502
Penerbit ADM
JURNAL EMAK
Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.00 maka dapat diperoleh perseamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$Y = 9{,}338 + 0{,}308X_1 + 0{,}477\ X_2 + e$

Keterangan :

Y = Keputusan nasabah menabung
X_1 = Lokasi
X_2 = Kualitas pelayanan
e = erorr

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Nilai konstanta 9,338 mempunyai arti bahwa apabila variabel Lokasi (X_1), Kualitas pelayanan (X_2) dianggap tetap maka variabel Keputusan nasabah menabung (Y) akan tetap sebesar 9,338
b. Pengaruh Lokasi (X_1) terhadap Keputusan nasabah menabung (Y) Nilai koefesien regresi variabel X_1 (Lokasi) adalah sebesar 0,308 dengan asumsi apabila X_1 (Lokasi) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Keputusan nasabah menabung) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,308 kali.
c. Pengaruh Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Keputusan nasabah menabung (Y) Nilai koefesien regresi variabel X_2 (Kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,477 dengan asumsi apabila X_2 (Kualitas pelayanan) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Keputusan nasabah menabung) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,477 kali.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square :*

Tabel 2. Koefesien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690[a]	.477	.468	2.367

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Untuk nilai koefesien determinasi menggunakan model *adjust R square.* Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefesien determinasi dari *adjust R square* yaitu sebesar 0,477. Hal ini berarti bahwa X_1 (lokasi) dan X_2 (kualitas pelayanan), memiliki kontribusi terhadap Keputusan nasabah menabung (Y) sebesar 47,7 % sedangkan sisanya 52,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.338	3.070		3.042	.003
	Lokasi	.308	.074	.315	4.180	.000
	Kualitas Pelayanan	.477	.074	.486	6.441	.000

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah menabung

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (Lokasi)
   Hasil pengujian untuk variabel X_1 (lokasi) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_1 (lokasi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).
2. Variabel X_2 (Kualitas pelayanan)
   Hasil pengujian untuk variabel X_2 (kualitas pelayanan) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima X_2 (Kualitas pelayanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh X_1 (lokasi), X_2 (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap Keputusan nasabah menabung (Y) maka digunakan uji F. berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova atau uji F terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	597.060	2	298.530	53.304	.000[b]
	Residual	655.265	117	5.601		
	Total	1252.325	119			

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah menabung
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi
Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (lokasi) dan X_2 (kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).

Berdasarkan hasil uji simultan maka H0 ditolak dan Ha diterima, antara Variabel-variabel bebas yaitu X_1 (lokasi) dan X_2 (kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin strategis lokasi BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur maka Keputusan nasabah menabung juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Menurut Mariyaningsih dalam Wulandari, (2013:68) Lokasi adalah tempat kedudukan bank yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam keputusan menabung karena ada unsur kedekatan dan mudah dijangkau transportasi. Hal ini menggambarkan bahwa lokasi yang strategis akan mampu menarik perhatian nasabah untuk menabung pada bank tersebut, karena lokasi bank yang mudah dijangkau, dekat dengan pusat keramaian, dekat dengan sekolahan dan perkantoran akan lebih dipilih oleh nasabah untuk menabung.

p-ISSN 2798-0499
e-ISSN 2798-0502
Penerbit ADM
RUMAH PENGETAHUAN
JURNAL EMAK
Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur maka keputusan nasabah menabung juga akan semakin meningkat.

Pelayanan yang diberikan oleh BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur dapat dilihat dari ruang tunggu yang nyaman, penampilan karyawan yang bersih dan rapi.Hal lain juag terlihat dari pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap nasabah selalu tepat waktu. Karyawan BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur selalu cepat tanggap dalam memberikan pelayanan dan informasi yang jelas kepada nasabah. Nasabah juga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang memiliki pengetahuan yang baik tentang semua produk yang ditawarkan oleh bank serta karyawan tidak pernah membeda-bedakan pelayanan terhadap nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Assauri (2014:78) menyatakan para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanann yang terbaik kepadanya. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah perusahaan, persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan nasabah/ dengan memberikan pelayanann terbaik. Kualitas pelayanann merupakan komponen penting dalam persepsi nasabah, juga sangat penting dalam pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas maka jasa yang diberikan akan semakin baik pula citra jasa tersebut dimata nasabah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05
3. Lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan nasabah menabung pada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Saran

1. Kepada BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur terus berupaya untuk menambah lahan parkir karena pada saat nasabah ramai berkujung ke BNI KCP Bintuhan tempat parkir tidak memadai untuk menampung kendaraan nasabah.
2. Diharapkan kepada karaywan BNI KCP Bintuhan Kabupaten Kaur agar memberikan pelayanan maksimal terhadap nasabah meskipun pada saat ini terjadi pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak. Dan juga menambah fasilitas seperti menambah kursi agar nasabah tidak perlu berdiri pada saat antri.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, Imam. 2017. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gitosudarmo, Indriyo, 2014, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta

Hadinoto, Soesanto. 2018. Strategi Pendanaan Bank dan Manajemen Pasiva. Jakarta: PT.Media Elex Komputindo

Hanita, 2015. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada PT. Bank Bengkulu Cabang Manna. Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu

Haryadi, Mukhsan. 2014. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Inga Raya Kota Bengkulu. Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu

Heizer, J. & Render, B. 2015. Operations Management. Tenth Edition. Pearson, New Jersey, USA.

Hidayat. 2019. Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di. UD. Naysila Toys Simpang SKPD. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

Kotler dan Keller. 2014. Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ketujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga

Lovelock Christoper & Laurent K. Wright, 2017. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta

Lupiyoadi, Rambat. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Selemba Empat

Novita, Erika Dian. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Pada Salwa House Kafe. Diponegoro Journal Of Management Volume 2, Nomor 2,

Nugroho, Marno dan Paramita Ratih, 2016, Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Januari, Vol.10, No. 1

Stemvelt. Robert C.. 2016. (Diterjemahkan oleh Purwoko) Perception of Service Quality. Allyn and Bacon. Massachusetts.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sunarto, 2015. Pengantar Manajemen Pemasaran, Cetakan 1. Yogyakarta : Ust. Press.

Sunyoto. Danang. 2014. ”Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen”. Cetakan Ke empat. Andi. Yogyakarta.

Susena, K. C., Irwanto, T., & Priandi, E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Griya IB Hasanah di PT. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, *7*(2).

Sutisna, 2014, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Bandung : Rosdakarya

Swastha, Basu dan Handoko, Hani, T., 2016, Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, 2015, Manajemen Pelayanan Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta

Winardi. 2016. Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama. Penerbit Mandar Maju. Bandung.

Yong. C.Z.. Yun. Y.W.. Loh. L.. 2016. (Diterjemahkan oleh Sutanto). The Quest for Global Quality. Pustaka Delapratasa. Jakarta.