



**ANALISIS BEBERAPA VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK JASA PERBANKAN  
(Studi pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, Cabang Makassar)**

***ANALYSIS OF SEVERAL VARIABLES THAT AFFECT THE CUSTOMER'S  
DECISION IN CHOOSING PRODUCT OF BANKING SERVICES  
(Studies In PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, Branch Makassar)***

**Nur Fatwa<sup>1</sup> dan Chairul Ihsan Burhanuddin<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Maju, Makassar.  
e-mail: Nurfatwa17@gmail.com

<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Maju, Makassar.  
e-mail: Chairulihshanburhanuddin@gmail.com

Abstrak

Perbankan mempunyai peranan yang penting dalam perekonomian seiring dengan fungsinya untuk menyalurkan dana dari pihak yang mempunyai kelebihan dana kepada pihak-pihak yang membutuhkan dana. Apabila sistem keuangan tidak bekerja dengan baik, maka perekonomian menjadi tidak efisien dan pertumbuhan ekonomi yang diharapkan tidak akan tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel paling dominan dan pengaruh variabel kualitas pelayanan, kemudahan fasilitas, produk, biaya, *brand image*, bunga dan kelengkapan, terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah asosiatif dengan melakukan survai terhadap seratus delapan puluh satu nasabah yang terdiri dari nasabah yang memilih menutup dan membuka rekening di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, kemudahan fasilitas, produk, biaya, bunga dan kelengkapan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar. Adapun faktor yang paling dominan adalah kualitas pelayanan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, produk jasa perbankan, keputusan nasabah.

*Abstrack*

*Banking has an important role in the economy along with the function to channel funds from parties who have excess funds to the parties that need funds. If the financial system is not working properly, then the economy becomes inefficient and the expected economic growth will not be achieved. This study aims to analyze the most dominant variables and variables influence the quality of service, ease of facilities, products, pricing, brand image, interest and premium, against a decision in choosing products customers of banking services at PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, a branch of Makassar. The method of this research is a field survey by interviewing one hundred and eighty-one customers that consists of customers who has chosen to close and open accounts at Bank Internasional Indonesia Tbk, Branch of Makassar. The result of this*

*study indicates that factors such as quality of services, ease of facilities, products, costs, interest and premium, has significantly influenced customers' decisions in choosing a banking service product at PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, Makassar branch. While, the most dominant factor is the quality of services.*

*Keywords: service quality, bank service product, customer's decision.*

## PENDAHULUAN

Lembaga keuangan memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian seiring dengan fungsinya untuk menyalurkan dana dari pihak yang mempunyai kelebihan dana (*surplus of fund*) kepada pihak-pihak yang membutuhkan dana (*lack of fund*). Apabila sistem keuangan tidak bekerja dengan baik, maka perekonomian menjadi tidak efisien dan pertumbuhan ekonomi yang diharapkan tidak akan tercapai (Puspa, 1977).

Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan dari setiap negara. Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan-badan usaha swasta, badan-badan usaha milik negara, bahkan lembaga-lembaga pemerintahan menyimpan dana-dana yang dimilikinya. Melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian (Puspa, 1977).

Perusahaan yang menjual jasa-jasa, kualitas pelayanan sangat diperlukan karena berfungsi sebagai hal utama dalam mempengaruhi keputusan konsumen apakah akan menggunakan jasa-jasa tersebut karena memiliki kualitas pelayanan yang baik ataupun tidak. Oleh karena itu kegiatan pendahuluan harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi dengan menggunakan produk jasa yang ditawarkan (Kasmir, 2008).

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar juga semakin meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa perbankan yang timbul dari kebutuhan masyarakat meningkat, untuk dapat memperoleh kemudahan fasilitas, kenyamanan dan kepuasan (Tjiptono, 2005).

Salah satu aspek yang perlu mendapat perhatian secara seksama dari pimpinan perusahaan berkaitan dengan masalah produk adalah siklus kehidupan suatu produk (*product cycle*). Siklus kehidupan produk merupakan salah satu konsep yang paling terkenal dalam hal penjualan, dan kehidupan produk berkaitan erat dengan salah satu usaha perusahaan dalam memilih dan menetapkan strategi yang akan dilakukan perusahaan (Hurriyati, 2005).

Salah satu prinsip dari perusahaan dalam menentukan biaya adalah menitik beratkan pada kemampuan pengguna jasa untuk biaya yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutupi biaya-biaya dan menghasilkan laba. Semakin kecil biaya yang dikenakan kepada konsumen, maka kemungkinan konsumen akan menggunakan produk jasa perbankan semakin besar (Kasmir, 2008).

Perusahaan dalam menggambarkan profil, informasi mengenai perusahaan, dan penawaran-penawaran yang menarik, tetapi terkadang tidak dapat memberikan hasil yang maksimal dikarenakan konsumen yang

mempunyai dana untuk menggunakan jasa tertentu lebih memilih perusahaan lain. Hal ini ditambah pula dengan seragamnya penawaran yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan, dan tingkat persaingan yang mulai ketat diantara para penghasil jasa untuk dapat merebut konsumen (Kasmir, 2008).

Penetapan bunga yang sesuai dapat menciptakan hasil penerimaan dari penjualan jasa-jasa meningkat. Dalam penetapan bunga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Sedangkan faktor yang tidak langsung, tetapi erat hubungannya dalam penetapan bunga adalah bunga dari produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing dan faktor lainnya (Kasmir, 2008).

Kegiatan penyediaan jasa-jasa oleh perusahaan sangat di pengaruhi oleh faktor-faktor kelengkapan. Hal yang penting ditujukan agar meningkatkan pelayanan dalam rangka memberikan yang terbaik bagi pengguna jasa (Hurriyati, 2005).

Fokus PT. Bank Internasional Indonesia Tbk (BII) yaitu pada konsolidasi, perbaikan, dan persiapan landasan yang kuat untuk perkembangan berkelanjutan. Beberapa inisiatif untuk memperbaiki fundamental PT. Bank Internasional Indonesia Tbk (BII) yaitu penanganan perbaikan kualitas dan fasilitas yang terjadi pada perusahaan.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas maka dibutuhkan suatu kajian untuk mengetahui kecenderungan penurunan dana pihak ketiga dan kenaikan penutupan rekening pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar. Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh informasi dan menjelaskan variabel yang paling dominan dan apakah variabel kualitas pelayanan,

kemudahan fasilitas, produk, biaya, *brand image*, bunga dan kelengkapan, berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini adalah asosiatif dengan melakukan survai terhadap seratus delapan puluh satu nasabah yang terdiri dari nasabah yang memilih menutup dan membuka rekening di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar. Penelitian ini dilakukan pada kantor PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar karena nasabah yang melakukan pembukaan rekening, penutupan rekening, transaksi keuangan (fasilitas) dan menggunakan layanan merupakan obyek dari penelitian. Waktu penelitian dilakukan pada awal bulan juni tahun 2010 selama 1 bulan.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah seluruh nasabah PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar yang melakukan layanan buka tabungan, transfer, layanan giro, layanan kartu kredit, layanan transaksi valuta asing dan nasabah yang menutup tabungan. Jumlah populasi keseluruhan adalah sebanyak 1814 yang terdiri dari pembukaan rekening sebesar 1354 dan jumlah penutupan rekening sebesar 460.

Sampel ditetapkan sebesar 10% dari populasi, yaitu  $1814 \times 10\% = 181,4$  sehingga dibulatkan menjadi 181 responden, dengan rincian responden yang membuka rekening sebanyak 135 dan responden yang menutup rekening sebanyak 46 responden. Penelitian akan dilakukan selama 1 bulan.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *Multi Stage Sampling*, dengan tahapan *cluster*, *purposive* dan *quoted*.

### Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *chi square*. Analisis *chi square* merupakan analisis dasar untuk hubungan antar variabel kategori (nominal atau ordinal). Penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS versi 17.

Analisa berikutnya menggunakan regresi logistik memiliki cakupan yang lebih luas dari pada model logit. Model logit dengan dua pilihan sering disebut sebagai *binary logistic regression*. Persamaan umum untuk regresi logistik dengan dua pilihan (*binary logistic regression*) hasil dinyatakan sebagai berikut (Kuncoro, 2004):

$$Y_i = \frac{e^u}{1 + e^u}$$

Dimana  $Y_i$  adalah probabilitas yang diestimasi dengan kasus sebanyak ( $i = 1, \dots, n$ ) dan "u" adalah persamaan regresi biasa :

$$u : A + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k$$

Dengan konstanta A, koefisien  $b_i$  dan variabel bebas  $X_j$  dengan jumlah  $k$  ( $j=1,2,\dots, K$ ). Sehingga dalam Penelitian ini dapat disusun model persamaan fungsi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta X_7 + \mu$$

$Y$  = Keputusan Nasabah Dalam Penggunaan Jasa BII .

$\beta$  = Koefisien variabel independen

$\mu$  = Faktor gangguan.

dimana :

- Keputusan Nasabah = 1, bila memutuskan menggunakan jasa perbankan BII
- Keputusan Nasabah = 0, bila memutuskan tidak menggunakan jasa perbankan BII.

### C. HASIL PENELITIAN

Keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar dalam penelitian ini diuji dengan model *cross tabs (chi square)* dan model statistik *Binary Logistic Regression*. Dalam penelitian selanjutnya digunakan tehnik *Binary Logistic Regression* dengan dua kategori atau binomial pada variabel dependennya (1 = bila menggunakan produk jasa perbankan PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar dan 0 = bila memilih tidak menggunakan produk jasa perbankan PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar).

Hasil pengujian hubungan masing-masing variabel dengan *chi square*, diperoleh bahwa variabel *Brand Image* ( $X_5$ ) tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar karena hasil *chi-square* 0,800 dengan tingkat probabilitas 0,371 sehingga nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 (Hasil selengkapnya ada pada *print out* SPSS dalam lampiran tabel 1).

Tabel 1  
Hasil Uji *Chi Square*

Variabel	Chi square	Prob	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	127,297	0,000	Signifikan
Kemudahan fasilitas (X2)	87,440	0,000	Signifikan
Produk (X3)	51,444	0,000	Signifikan
Biaya (X4)	22,030	0,000	Signifikan
Brand Image (X5)	0,800	0,371	Tidak Signifikan
Bunga/Interest (X6)	59,327	0,000	Signifikan
Kelengkapan (X7)	24,832	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer setelah diolah, 2010

### Hasil analisis regresi logit binary

Analisis regresi logistik digunakan karena variabel dependen adalah merupakan data yang berbentuk dikotomi, dimana variabel ini merupakan variabel yang dinyatakan dalam nilai 0 untuk menunjukkan nasabah tidak menggunakan produk jasa perbankan Bank Internasional Indonesia, cabang Makassar dan nilai 1 apabila nasabah menggunakan produk jasa perbankan Bank Internasional Indonesia, cabang Makassar. Selanjutnya untuk menguji keseluruhan model (overall Model Fit) didapat dengan membandingkan nilai dari -2 likelihood pada awal (Block Number : 0) dengan -2 likelihood kedua (Block Number : 1). Bila terjadi penurunan, dimana likelihood pada regresi binary mirip dengan pengertian "Sum of Squared Error" pada model regresi yang lebih baik. Ringkasan hasil analisis binary logistic regression diperoleh sebagai berikut : (Hasil selengkapnya ada pada print out SPSS dalam lampiran tabel 2).

Tabel 2 : Hasil Uji *Binary logistic regression*

Variabel	Wald	Sig	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	13,506	0,000	Signifikan
Kemudahan fasilitas (X2)	1,872	0,017	Signifikan
Produk (X3)	1,001	0,030	Signifikan
Biaya (X4)	1,147	0,027	Signifikan
Brand Image (X5)	1,567	0,109	Tidak Signifikan
Bunga/Interest (X6)	1,005	0,039	Signifikan
Kelengkapan (X7)	1,380	0,035	Signifikan

Sumber : Data primer (diolah), 2010

### Hasil uji kelayakan model (*goodness of fit*)

Uji kelayakan model pada prinsipnya dilakukan dengan membandingkan prediksi model regresi logistik

dengan data hasil observasi. Hasil pengujian *Hosmer Lameshow test* sebagai berikut : (Hasil selengkapnya ada pada *print out* SPSS dalam lampiran tabel 3).

Tabel 3

Hosmer Lameshow test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	9.485	6	.148

Sumber : Data primer yang diolah, 2010.

Hasil pengujian kesamaan model prediksi dengan observasi diperoleh nilai *chi square* sebesar 9,485 dengan signifikansi sebesar 0,148. Dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka tidak diperoleh adanya perbedaan antara data estimasi model regresi logistik dengan data observasinya. (Hasil selengkapnya pada *print out* SPSS dalam lampiran tabel 4).

Tabel 4  
Klasifikasi

Observed		Predicted		
		Keputusan Memilih BI (Y)		Percentage Correct
		Menutup Rekening	Membuka Rekening	
Step 1	Keputusan Memilih BI (Y)	40	6	87,0
	Menutup Rekening			
	Membuka Rekening	5	130	96,3
Overall Percentage				93,9

a. The cut value is .500

Sumber : Data primer yang diolah, 2010.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 46 sampel yang secara obsevasinya tidak menggunakan jasa perbankan Bank Internasional Indonesia cabang Makassar, hanya 40 orang atau 87 % saja yang secara tepat dapat diprediksikan oleh model regresi logistik ini, dan 6 orang menyimpang dari prediksi. Sementara dari 135 orang yang menggunakan produk jasa perbankan Bank Internasional Indonesia cabang Makassar, 130 orang atau 96,3 % dengan tepat dapat diprediksikan oleh model regresi logistik ini, sedangkan 5 orang lain tidak diprediksi secara tepat. Dengan demikian secara keseluruhan berarti bahwa  $40 + 130 = 170$  sampel dari 181 sampel responden atau 93,9 % sampel responden dapat diprediksikan dengan tepat oleh model regresi logistik ini.

### Hasil overall fit test

*Overall fit* test diuji dengan menggunakan nilai  $-2 \log$  *likelihood* atau uji *omnibus test*. Nilai  $-2 \log$  *likelihood* yang rendah menunjukkan bahwa model akan semakin fit. Pengujian pada blok 1 atau pengujian dengan memasukkan seluruh prediktor diperoleh nilai  $-2 \log$  *likelihood* awal mengalami penurunan dari 129,917 menjadi 75,279.

Uji kemaknaan koefisien regresi *overall fit test* juga dapat dilakukan dengan menggunakan *omnibus test of model coefficient*. Hasil pengujian

*omnibus test* diperoleh nilai *chi square* sebesar 129,917 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar dapat diprediksi dari variabel kualitas pelayanan (x1), kemudahan fasilitas (x2), produk (x3), biaya (x4), *brand image* (x5), bunga (x6), dan kelengkapan (x7). Hasil selengkapnya ada pada *print out* SPSS dalam lampiran tabel 5.

Table 5  
Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	129,917	7	,000
	Block	129,917	7	,000
	Model	129,917	7	,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2010.

Untuk mengetahui besarnya variasi prediksi dari ke tujuh variabel tersebut terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar dapat dilihat dari nilai *R square*. Dalam hal ini ada dua ukuran *R square* yaitu *Cox & Snell* yaitu sebesar 0,512. Hal ini berarti bahwa dengan ukuran *Cox & Snell* diperoleh hanya 51,2 % variasi keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar dapat diprediksikan dari variabel kualitas pelayanan (x1), kemudahan fasilitas (x2), produk (x3), biaya (x4), *brand image* (x5), bunga (x6), dan kelengkapan (x7).

### Hasil uji secara parsial

Uji secara Parsial bertujuan untuk menghubungkan dua variabel bebas atau lebih dengan variabel terikatnya, dimana salah satu di antaranya ada yang dibuat konstan.

Pengujian kemaknaan prediktor secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji Wald dan diperoleh hasil sebagai berikut : (Hasil selengkapnya ada pada *print out* SPSS dalam lampiran tabel 6).

$$\text{Log} \frac{\text{KN}}{1-\text{KN}} = 1,719 + 5,179 (X1) + 1,339 (X2) + 1,030 (X3) + 1,335 (X4) + 1,350 (X5) + 1,065 (X6) + 1,534 (X7)$$

Tabel 6  
Hasil uji regresi logistic

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup>	X1	5,179	1,409	13,506	1	,000	177,551
	X2	1,339	,979	1,872	1	,017	3,816
	X3	1,030	1,126	1,001	1	,030	1,971
	X4	1,335	,875	1,147	1	,027	1,715
	X5	1,350	,843	1,567	1	,109	1,259
	X6	1,065	,955	1,005	1	,039	1,068
	X7	1,534	,865	1,380	1	,035	1,587
	Constan	1,719	,600	8,198	1	,004	1,179

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7.

Sumber : Data primer setelah diolah, 2010

## PEMBAHASAN

Hasil pengujian dilakukan dengan melihat nilai *chi square* dan signifikan hasil uji *binary logistic regression*.

**Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar (hipotesis ke 1).**

Variabel kualitas pelayanan (X1) untuk estimasi *chi square* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dan pada estimasi *binary logistic* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena kedua model tersebut memiliki nilai signifikan < taraf nyata ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT.

Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

Adapun tanda koefisien kedua estimasi tersebut positif (+) menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas pelayanan jasa perbankan maka probabilitas untuk nasabah menggunakan jasa perbankan akan semakin besar.

**Pengaruh variabel kemudahan fasilitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar (hipotesis ke 1).**

Variabel kemudahan fasilitas (X2) untuk estimasi *chi square* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dan pada estimasi *binary logistic* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,017. Karena kedua model tersebut memiliki nilai signifikan > taraf nyata ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat diartikan bahwa variabel kemudahan fasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

Adapun tanda koefisien kedua estimasi tersebut positif (+) menunjukkan bahwa apabila nasabah mendapatkan kemudahan fasilitas jasa perbankan, maka probabilitas untuk nasabah menggunakan jasa perbankan akan semakin besar.

**Pengaruh variabel produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar (hipotesis ke 1).**

Variabel produk (X3) untuk estimasi *chi square* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dan pada estimasi *binary logistic* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,030. Karena kedua model tersebut memiliki nilai signifikan < taraf nyata ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat diartikan bahwa variabel produk berpengaruh

signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

Adapun tanda koefisien kedua estimasi tersebut positif (+) menunjukkan bahwa apabila nasabah menyukai produk perbankan PT. Bank internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar, maka probabilitas untuk nasabah menggunakan jasa perbankan akan semakin besar.

**Pengaruh variabel biaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar (hipotesis ke 1).**

Variabel biaya (X4) untuk estimasi *chi square* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dan pada estimasi *binary logistic* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,027. Karena kedua model tersebut memiliki nilai signifikan < taraf nyata ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat diartikan bahwa variabel biaya (X4) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

Adapun tanda koefisien kedua estimasi tersebut positif (+) menunjukkan bahwa apabila nasabah tidak keberatan dengan biaya yang dikenakan untuk jasa perbankan PT. Bank internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar, maka probabilitas untuk nasabah menggunakan jasa perbankan akan semakin besar.

**Pengaruh variabel *brand image* terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar (hipotesis ke 1).**

Variabel *brand image* (X5) untuk estimasi *chi square* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,371 dan pada

estimasi *binary logistic* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,109. Karena kedua model tersebut memiliki nilai signifikan > taraf nyata ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat diartikan bahwa variabel *brand image* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

**Pengaruh variabel bunga terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar (hipotesis ke 1).**

Variabel bunga (X6) untuk estimasi *chi square* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dan pada estimasi *binary logistic* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,039. Karena kedua model tersebut memiliki nilai signifikan < taraf nyata ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat diartikan bahwa variabel bunga (X6) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

Adapun tanda koefisien kedua estimasi tersebut positif (+) menunjukkan bahwa apabila nasabah merasa puas dengan bunga yang diberikan PT. Bank internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar, maka probabilitas untuk nasabah menggunakan jasa perbankan akan semakin besar.

**Pengaruh variabel kelengkapan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar (hipotesis ke 1).**

Variabel kelengkapan (X7) untuk estimasi *chi square* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dan pada estimasi *binary logistic* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,035. Karena kedua model tersebut memiliki nilai signifikan < taraf nyata ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat



diartikan bahwa variabel kelengkapan (X7) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

Adapun tanda koefisien kedua estimasi tersebut positif (+) menunjukkan bahwa apabila nasabah merasa puas dengan kelengkapan kantor yang diberikan PT. Bank internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar, maka probabilitas untuk nasabah menggunakan jasa perbankan akan semakin besar.

**Pengaruh variabel kualitas pelayanan yang paling besar berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar (hipotesis ke 2).**

Variabel kualitas pelayanan (X1) untuk estimasi *chi square* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dan pada estimasi *binary logistic* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena kedua model tersebut memiliki nilai signifikan yang sama maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan yang paling besar (dominan) berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan di PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kemudahan fasilitas, produk, biaya, bunga, kelengkapan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa perbankan pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar. Sementara dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *brand image* tidak berpengaruh

signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa perbankan pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar. Adapaun variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa perbankan pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, cabang Makassar adalah kualitas pelayanan alasannya karena *variabel in the equation* lebih besar jika dibandingkan dengan *variabel in the equation* lainnya.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih disampaikan kepada pihak STIA-LAN Makassar atas publikasinya dan pihak PT Bank Internasional Indonesia, Tbk atas kesempatan yang diberikan untuk melakukan penelitian ini.

**REFERENSI**

- Buana, Widyo Pura. 2006. Cara Mudah Menggunakan SPSS Data Entry. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hurriyati, 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Cetakan ke-1. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir, 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi. Cetakan ke-8. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kuncoro, Mudrajat. 2004. Metode Kuantitatif. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Puspa, Yan Pramadya. 1977. Kamus Hukum. Semarang: Aneka Ilmu.
- Tjiptono, 2005. Pemasaran Jasa, Edisi pertama, Cetakan Pertama. Malang: Bayumedia Publishing.