

## KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH BERTRANSAKSI *E-BANKING* MELALUI KARTU DEBIT TAPLUS BNI

Oleh:

**Gaby I. M. Walandouw<sup>1</sup>**

**Peggy A. Mekel<sup>2</sup>**

**Agus S. Soegoto<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen

Universitas Samratulangi Manado

email: <sup>1</sup>[beedstrange@yahoo.com](mailto:beedstrange@yahoo.com)

<sup>2</sup>[peggyadeline@yahoo.com](mailto:peggyadeline@yahoo.com)

<sup>3</sup>[supandi\\_smrt@yahoo.co.id](mailto:supandi_smrt@yahoo.co.id)

### ABSTRAK

*E-banking* merupakan fasilitas transaksi perbankan yang dilakukan secara elektronik tanpa perlu datang lagi ke bank. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepercayaan konsumen pengguna kartu debit Taplus di BNI. Metode penelitian yang digunakan asosiatif, dengan teknik analisis regresi linear berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi. Alat uji hipotesis yang digunakan yaitu uji F dan uji t. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu Taplus BNI Cabang Utama Manado. Bagi pihak manajemen BNI Cabang Utama Manado, sebaiknya memperhatikan kualitas pelayanan, mengingat koefisien regresi kualitas pelayanan dalam pikiran konsumen Pengguna kartu debit Taplus BNI lebih rendah. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan cara lebih meningkatkan kualitas pelayanan produk yang ditawarkan, untuk meningkatkan minat pengguna kartu debit Taplus BNI dalam bertransaksi.

**Kata kunci:** *kualitas pelayanan, citra merek, kepercayaan*

### ABSTRACT

*E-banking is a banking facility that will be conducted electronically without the need to go to the bank. The purpose of this study to determine the effect of service quality and brand image on consumer's trust of Taplus debit card users in BNI. The method used associative, with the technique of multiple linear regression analysis, correlation, and coefficient of determination. Hypothesis test equipment used is the F test and t test. This study used a sample of 100 respondents. The results showed simultaneous and partial service quality and brand image in a positive and significant effect on customer trust of Taplus card of BNI for management BNI main branch Manado, should pay attention to quality of service, quality of service given the regression coefficients in the perception of consumers BNI Taplus debit card users lower. This can be done for example by means of further enhancing the quality of products offered services, to increase user interest Taplus BNI debit card transactions.*

**Keywords:** *service quality, brand image, trust*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong kemajuan dalam teknologi produk dan proses. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa teknologi merupakan bagian inti dari perkembangan strategi bisnis. Dalam hal ini peran lembaga keuangan dalam perekonomian, menjadi sangat penting dan merupakan pendukung utama kegiatan bisnis. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan handal, menjadi parameter kemampuan sebuah bank. Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberi jasa bank lainnya Kasmir (2004:24). Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Harga yang lebih murah juga dihasilkan melalui perdagangan elektronik, salah satu alasannya adalah misalnya penggunaan tempat yang lebih murah, yang dimungkinkan karena cara ini tidak memerlukan lokasi yang tersentralisasi. Selain itu penggunaan sejumlah perantara juga dapat dikurangi (Peterson, 1997)

Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah Elektronik banking. Elektronik banking adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Tampubolon, 2004). Penyelenggaraan Elektronik banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, Laptop, mesin ATM, dan sebagainya. dalam hal ini kualitas pelayanan adalah salah satu atribut penting dalam industri jasa, seperti perbankan. Begitu juga Citra merek adalah seperangkat keyakinan nasabah mengenai merek tertentu (Kotler dan Armstrong, 2001:225). Sehingga kepercayaan pelanggan muncul karena merasakan kualitas dari perusahaan yang diyakininya tersebut.

Bank Negara Indonesia, memiliki salah satu platform perbankan yang beragam di Indonesia di beberapa tahun terakhir. penggunaan kartu debit pada Taplus BNI cabang Manado berfluktuasi. BNI harus memanfaatkan Kualitas Pelayanan dan Citra Merek serta terus berupaya memperkenalkan layanan E-Banking dan harus segera mengatasi kelemahan-kelemahannya sehingga tidak dimanfaatkan oleh pesaing. BNI harus memanfaatkan Kualitas Pelayanan dan Citra Merek serta terus berupaya memperkenalkan layanan E-Banking dan harus segera mengatasi kelemahan-kelemahannya tidak dimanfaatkan oleh pesaing.

**Tabel 1. Pengguna Kartu Debit Taplus BNI Cabang Manado 2013**

No	Bulan	Jumlah Pengguna	Perubahan (%)
1	Januari	33.217	-
2	Februari	32.708	(1,53)
3	Maret	32.615	(0,28)
4	April	33.030	1,27
5	Mei	33.054	0,07
6	Juni	33.277	0,67
7	Juli	33.559	0,85
8	Agustus	33.781	0,66
9	September	34.018	0,7
10	Oktober	34.242	0,66
11	November	34.515	0,8
12	Desember	34.650	0,39

Sumber: BNI kantor cabang utama Manado, 2014.

Tabel 1 menunjukkan bahwa penggunaan kartu debit pada Taplus BNI cabang Manado berfluktuasi, akan tetapi memiliki kecenderungan meningkat dari bulan juni sampai pada posisi November 2013. Hal ini mengisyaratkan nasabah tertarik untuk menggunakan kartu debit BNI pada aktivitas transaksi yang mereka lakukan. Dapat juga kita lihat, tidak hanya mengalami kenaikan tetapi masih ada penurunan dalam penggunaan Kartu Debit Taplus BNI, dimana nasabah masih kurang aktif untuk menggunakan Kartu Debit Taplus sebagai alat transaksi. Oleh karena itu BNI harus memanfaatkan Kualitas Pelayanan dan Citra Merek serta terus berupaya memperkenalkan layanan E-Banking dan harus segera mengatasi kelemahan-kelemahannya sehingga tidak dimanfaatkan oleh pesaing.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan menurut John Sviokla (dikutip oleh Lupiyoadi, 2001:147) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Sedangkan, citra merek adalah bagaimana suatu merek mempengaruhi persepsi, pandangan masyarakat atau nasabah terhadap perusahaan atau produknya (Kotler 2007:259). Dalam buku perilaku nasabah (Setiadi, 2003:216) kepercayaan masyarakat terhadap produk dan jasa tidak lepas dari masalah kepuasan, yang dapat dipenuhi salah satunya dari kualitas pelayanan dan produk yang baik.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah :

1. Kualitas pelayanan dan citra merek secara bersama berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI Cabang Utama Manado.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI Cabang Utama Manado.
3. Citra merek berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI Cabang Utama Manado.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Kualitas Pelayanan**

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan menurut Sviokla (dikutip oleh Lupiyoadi, 2001:147) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Terdapat dua penjelasan mengenai pelayanan oleh Lovelock dan Wright (2005:5): Pertama, pelayanan adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi. Kedua, pelayanan adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri—atau atas nama—penerima pelayanan tersebut.

#### **Citra Merek**

Citra merek adalah kumpulan persepsi tentang sebuah merek yang saling berkaitan yang ada dalam pikiran manusia (Ouweroot dan Tudorica, 2001:1). Menurut Keller (1998:93) citra merek adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan nasabah. Citra merek adalah apa yang dipersepsikan oleh nasabah mengenai sebuah merek, dimana hal ini menyangkut bagaimana seorang nasabah menggambarkan apa yang mereka pikirkan mengenai sebuah merek dan apa yang mereka rasakan mengenai merek tersebut ketika mereka memikirkannya (Susanto, 2004:24).

#### **Kepercayaan**

Plank, et al (1999:62) mendefinisikan kepercayaan sebagai sebuah kepercayaan yang dihasilkan dari evaluasi menyeluruh atas tenaga penjualan, produk dan perusahaan. Sedangkan suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong dan mempertinggi tingkat hubungan dengan pelanggan (Zineldin, et al., 1997; Zineldin, 1998, dikutip oleh Karsono, 2007:93). Moorman, et al (1993) seperti dikutip oleh Dharmmestha (2005:290) mendefinisikan *trust* sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut.

## Penelitian Terdahulu

Trisetyanto (2011), dalam penelitiannya mengenai: Analisis Pengaruh Trust dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi ulang secara online. Bertujuan untuk mengetahui trust dan mutu sistem e-banking secara parsial berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Ada pengaruh yang positif antara dua variabel dependen tersebut dengan variabel independen. Lasander (2013) Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Makanan Tradisional. persamaan yaitu untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan dan parsial dari citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan nasabah pada makanan tradisional. Citra merek, kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

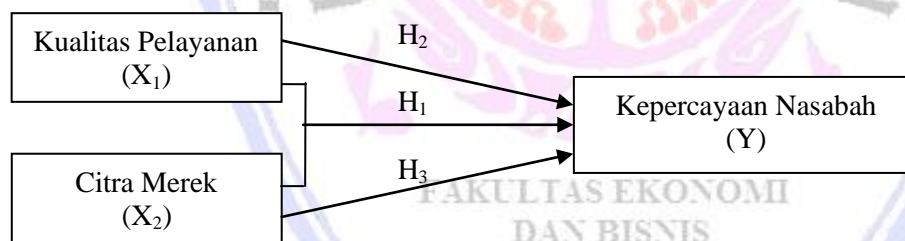
Soegoto (2013), melakukan penelitian: Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah. Bertujuan Untuk mengetahui apakah persepsi nilai dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan bagaimana dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Persepsi nilai, kepercayaan, dan kepuasan secara bersama dimana pengaruh tersebut bersifat positif dan signifikan. Pham (2007) A Structural Equation Model for E-banking Service Quality. To provide a conceptual framework that integrates e-banking service quality, trust, corporate image, customer satisfaction, switching cost, customer loyalty, and financial performance in the context. Have examined systemically the relationships between e-banking service quality dimensions, overall e-banking service quality, customer satisfaction, trust, corporate image, switching costs, customer loyalty, and bank financial performance

Suryani (2010) Pengaruh Kualitas pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas. untuk menganalisis pengaruh Kualitas pelayan dan Citra Merek terhadap variabel kepuasan secara parsial dan simultan. Variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan secara parsial dan simultan.

## Paradigma Penelitian

Berdasarkan kajian teori, maka paradigma penelitian dapat digambarkan seperti dibawah ini:

Gambar 1. Paradigma Penelitian



## Hipotesis

Berdasarkan kajian teori, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan dan Citra Merek diduga berpengaruh positif terhadap Kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI Cabang Utama Manado.
2. Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI Cabang Utama Manado.
3. Citra merek diduga berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI Cabang Utama Manado.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menurut tujuan penelitiannya termasuk dalam penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2007:5), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Variable penelitian ini terdiri atas dua macam yaitu: variable terikat (dependent variable) atau variable yang tergantung pada variable lainnya, dan variable bebas independent variable) atau variable yang tidak bergantung pada variable lainnya.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Sugiyono (2010:115) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BNI Cabang Manado yang menggunakan kartu Debit BNI periode tahun 2013 yang berjumlah 238 nasabah/ bulan. Sugiyono (2007:116) mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berdasarkan kriteria sampel maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Angket (daftar pernyataan)  
Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pernyataan yang bersifat tertutup dan terbuka kepada responden. Pernyataan-pernyataan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1-5, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.
2. Observasi  
Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.

### Metode Analisis Data

#### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-test, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kesimpulan data awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bias menjadi terpenuhi atau, sehingga prinsip Best Linier Unbiased Estimator atau BLUE terpenuhi, Wibowo (2012:61). Dalam metode analisis dilakukan beberapa uji asumsi klasik terlebih dahulu, yaitu uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

#### Analisis Regresi Berganda

Wibowo (2012:126), model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Persamaan analisis regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepercayaan

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Citra Merek

a = Konstanta

β<sub>1</sub> - β<sub>2</sub> = Koefisien Regresi (Beta)

e = Suku kesalahan untuk tujuan perhitungan e, diasumsikan 0.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

#### Hasil Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diuji dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi Multikolinieritas atau Non Multikolinieritas. Menurut Suliyanto (2005:75) berdasarkan *output* pada *coeficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinier, karena nilai  $VIF < 10$ . Hasil pengujian ditunjukkan pada Tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel bebas	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	1,576	Non Multikolinieritas
Citra Merek ( $X_2$ )	1,576	Non Multikolinieritas

Sumber: Hasil pengolahan data 2014.

Dari data pada Tabel 2 terlihat bahwa nilai *output* pada *coeficients model* dikatakan tidak terjadi Multikolinieritas karena semua nilai  $VIF < 10$ .

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman, yaitu dengan mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Pada bagian ini digunakan metode Park Gleyser (Suliyanto, 2005:73), gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residunya (e).

Jika probabilitas  $>$  nilai alpha (0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur Heteroskedastisitas. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung Heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti Non Heteroskedastisitas atau Homoskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas ditunjukkan pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

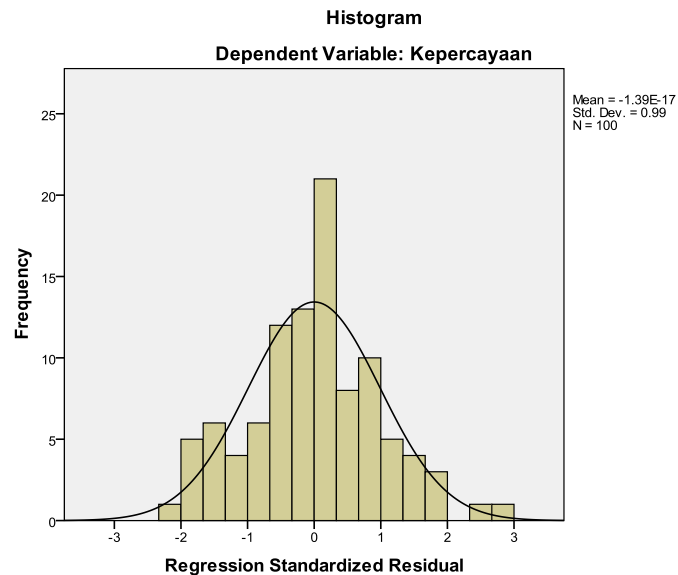
Variabel bebas	Probabilitas (p)	Keterangan
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,218	Non Heterokedastisitas
Citra Merek ( $X_2$ )	0,495	Non Heterokedastisitas

Sumber: Hasil pengolahan data 2014.

Berdasarkan *output* pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa pada model tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas karena nilai probabilitas  $>$  nilai alpha (0,05), sehingga model baik bila digunakan untuk peramalan (estimasi).

#### Hasil Uji Normalitas

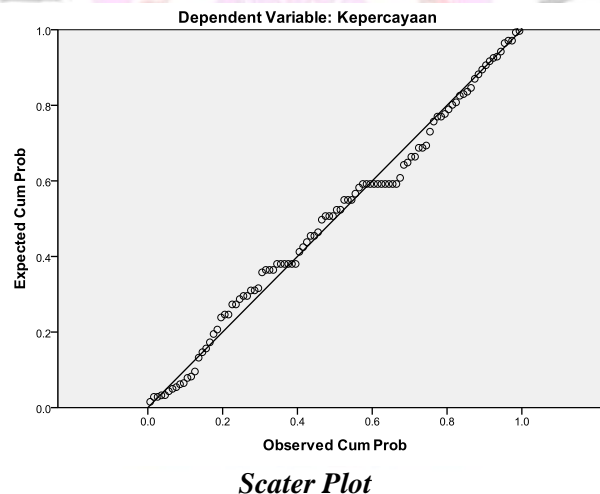
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Suatu model regresi yang baik, adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (histogram dan P-Plot), hasilnya sebagai berikut:



**Gambar 2. Histogram Regression**  
**Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014.**

Melihat kurva normal pada histogram sebelumnya, dapat dikatakan bahwa model berdistribusi normal, karena membentuk lonceng. Suliyanto, (2005:68) menyatakan bahwa untuk melihat kurva normal pada histogram apabila model berdistribusi normal karena membentuk lonceng. Cara lainnya yaitu dengan melihat diagram *Normal P Plot Regression Standardized*, untuk melihat apakah model berdistribusi normal atau tidak.

Hal ini dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut:



**Gambar 3. Normal P Plot Regression Standardized Residual**  
**Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014.**

Data pada Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik *Normal P-P of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut. Dengan kata lain bahwa keberadaan titik-titik disekitar garis dan pada Scater Plot, tampak titik-titik menyebar disekitar garis linier, hal ini menunjukkan bahwa model berdistribusi normal.

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan setelah melaksanakan uji asumsi klasik, karena telah terpenuhinya asumsi klasik pada hasil analisis data, maka selanjutnya sudah dapat dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Perhitungan regresi berganda antara variabel independen seperti; Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Citra Merek ( $X_2$ ), serta Kepercayaan Nasabah pada variabel ( $Y$ ) sebagai variabel terikat dengan menggunakan bantuan paket program komputer SPSS, hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda, Korelasi, Determinasi dan Uji Hipotesis**

Variabel	B	Standart Error	$t_{hitung}$	Sig	Ket
Constant	4,422				
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	,344	,114	3,007	,003	Sig
Citra Merek ( $X_2$ )	,463	,098	4,741	,000	Sig
R = 0,665		Sig F= 0,000			Jumlah sampel = 100
R Square = 0,442		F hitung = 38,400			t tabel = 1,980
Adjusted R Square = 0,430		F Tabel = 2,699			$\alpha = 0,05$
Kepercayaan Nasabah = $4,422 + 0,344 X_1 + 0,463 X_2 + e$					

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2014.

Setelah melakukan uji pada data hasil penelitian, maka dari hasil analisis, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,422 + 0,344 X_1 + 0,463 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, dapat menginformasikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,422 artinya jika variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan  $X_1$ , dan Citra Merek  $X_2$ , dianggap 0 (nol) atau tidak diterapkan maka, Kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado sebesar 4,422 satuan.
- 2) Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,344 artinya, jika Kualitas Pelayanan ditingkatkan sebesar 1 skala dalam jawaban responden maka akan meningkatkan Kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI sebesar 0,344 satuan dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap.
- 3) Koefisien regresi Citra Merek sebesar 0,463 artinya jika Citra Merek meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden akan meningkatkan Kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI sebesar 0,463 satuan dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap.

### Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Citra Merek dapat dilihat melalui koefisien korelasi terutama digunakan terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado. Hasil koefisien korelasi atau R sebesar 0,665 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek, terhadap kepercayaan nasabah kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, mempunyai pengaruh yang positif sebesar 66,5%. Hasil Koefisien Determinasi atau R square ( $r^2$ ) adalah 0,442 yang menunjukkan bahwa 44,2% kepercayaan nasabah kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek sementara sisanya sebesar 55,8% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengaruh secara bersama variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap kepercayaan nasabah kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, dengan melakukan uji hipotesis. Uji hoptesis pengaruh secara bersama menggunakan angka F. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:



- 1) Jika  $F_{hitung} (sig) \geq \alpha 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di tolak
- 2) Jika  $F_{hitung} (sig) < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa angka F sebesar 38,400 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan nasabah kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel kualitas pelayanan dan citra merek secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, dapat di terima.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat ada/ tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado. Uji t dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria uji hipotesis yaitu:

- $t_{hitung} \leq t_{tabel} (\alpha = 0,05)$ , maka  $H_0$  diterima sehingga  $H_a$  ditolak.
- $t_{hitung} > t_{tabel} (\alpha = 0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga  $H_a$  diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh :

1. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 3,007 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan  $0,003 < 0,05$ , hingga  $H_0$  ditolak artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, dengan demikian hipotesis dapat diterima.
2. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel citra merek sebesar 4,741 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , hingga  $H_0$  ditolak artinya citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, dengan demikian hipotesis dapat di terima.

### Pembahasan

#### Pengaruh Secara Bersama Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Nasabah.

Hasil penelitian yang telah dilakukan penulis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel kualitas pelayanan, dan citra merek secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado dapat di terima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryani (2010) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, baik secara parsial dan simultan, dimana kepuasan merupakan sumber utama munculnya kepercayaan. Demikian juga dengan hasil penelitian Trisetyanto dan Mudiantono (2011), yang menyimpulkan bahwa Trust dan Mutu *e-banking* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat Bertransaksi ulang secara online. Dengan demikian hasil uji penelitian yang telah dilakukan terbukti.

#### Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah.

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan. Pemahaman terhadap kualitas layanan memberikan arti penting bagi terwujudnya suatu layanan yang unggul. Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga kualitas pelayanan, secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI, dapat di terima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pham, et al. (2007) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa e-banking yang terintegrasi, dan kepercayaan nasabah mempengaruhi kemampuan perbankan untuk memperoleh laba melalui kinerja keuangan perusahaan. Demikian juga dengan penelitian Soegoto (2013) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah serta berdampak terhadap loyalitas nasabah pengguna jasa. Loyalitas nasabah dapat terbentuk, apabila telah ada kepercayaan dalam benak seorang nasabah.

### **Pengaruh Secara Parsial Citra Merek Terhadap Kepercayaan Nasabah.**

Citra merek adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan seorang nasabah. Citra merek menggambarkan apa yang dipersepsikan oleh seorang nasabah mengenai sebuah merek. Dimana hal ini menyangkut bagaimana seorang nasabah menggambarkan apa yang mereka pikirkan mengenai sebuah merek dan apa yang mereka rasakan mengenai merek tersebut ketika mereka memikirkannya, Susanto (2004:24). Hasil penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga citra merek, secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI, dapat di terima.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat disampaikan, sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI Cabang Utama Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI dapat di terima
2. Kualitas pelayanan, berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga kualitas pelayanan, secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dapat di terima.
3. Citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dari BNI Cabang Utama Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga Citra merek, secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna kartu debit Taplus BNI dapat di terima.

### **Saran**

Penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen BNI Cabang Utama Manado, sebaiknya memperhatikan kualitas pelayanan, mengingat koefisien regresi kualitas pelayanan dimata nasabah Pengguna kartu debit Taplus BNI lebih rendah. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan cara lebih meningkatkan kualitas pelayanan produk yang ditawarkan, untuk meningkatkan minat pengguna kartu debit Taplus BNI dalam bertransaksi. Dilihat juga dari angket yang telah didata bahwa indikator empati dan ketanggapan dari pihak BNI mendapat skor terendah jadi menurut data BNI masih kurang maksimal dalam hal empati dan menanggapi nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian, sehingga dapat diperoleh temuan-temuan lain yang berguna bagi pengembangan ilmu.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Dharmmesta, Basu Swastha. 2005. Kontribusi Involvement dan Trust in a Brand Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20 No. 3, 2005. Diakses 3 Januari 2013. Hal. 287-304
- Kasmir, 2004, *Dasar-Dasar Perbankan*, Cetakan Pertama, Grafindo Persada, Jakarta.
- Karsono, 2007. Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan Yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 1 No. 1, Diakses 3 Januari 2014. Hal 93-110.
- Keller, Kevin Lane. 1998, *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2, edisi ke-8, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*. edisi ke-12, Edisi Bahasa Indonesia, PT. Indeks, Jakarta.
- Lasander, Christian, 2013. Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan. *Jurnal EMBA*, ISSN: 2303-1174. Vol 1, No 3 (2013). Diakses 20 November 2013. Hal 233 - 354.
- Lovelock, H. Christopher dan Lauren K. Wright, 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Edisi 1. Salemba Empat, Jakarta.
- Ouwersloot, Hans and Tudorica Anamaria, 2001. Brand Personality Creation through Advertising dalam *Maxx Working Paper* 2001-01, retrieved on February 2nd 2013.
- Peterson, R.A, Balasubramanian, S., Bronnenberg, B.J, 1997. Exploring the Implications of the Internet for Consumer Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 25 No. 4. Retrieved on 20 November 2013. Pp: 329-346.
- Pham, Long. 2007. A Structural Equation Model for E-Banking Service Quality in Vietnam. *The Business Studies Journal*, <http://EbankJournal.com>. diakses 20 November 2013.
- Plank, Richard E; David A Reid; Ellen Bolman Pullins, 1999. Perceived Trust in Business to Business Sales : A New Measure, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, ISSN 0885-3134/2008. Volume XIX, No.3, Summer, Pp.61-71.
- Setiadi, Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen*, edisi 1, Kencana Pernada Media, Jakarta.
- Soegoto, 2013. Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Vol 1, No 3 (2013): *Jurnal EMBA* ISSN: 2303-1174. Diakses 21 November 2013. Hal 1193 – 1312.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta, Bandung.
- \_\_\_\_\_, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto, 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Suryani, 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas* <http://repository.uin.jkt.ac.id>. diakses 21 November 2013.
- Susanto, 2004. *Value Marketing*. Paradigma Baru Pemasaran. Quantum Bisnis dan Manajemen. Jakarta.
- Tampubulon, Nelson. 2004. *Surat edaran Manajemen Risiko pada Aktifitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (internet Banking)* <http://www.bi.go.id/biweb/utama/peraturan/se-6-18-04-apnp.pdf>. diakses 19 Maret 2014.
- Trisetyanto, Totok dan Mudianto, 2011. *Analisis Pengaruh Trust dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online*. <http://eprints.undip.ac.id>. diakses 22 November 2013.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Gava Media. Batam.