ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN ATM PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI) 46 Tbk KANTOR KAS MUARA BULIAN

Niki Kosasih[1]

Abstract

The purpose of this research is to analyze the factors that influence the interest of customers to use ATM at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) 46 tbk Cashier Office of Muara Bulian. The technique used to analyze the research data is descriptive analysis method that is reveal the condition of findings on the object of research both in the form of qualitative and quantitative data. The result of the research is obtained that the factors that influence the interest of customers to use ATM at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) 46 tbk Cash Office Muara Bulian consists of several factors, namely technology factor, area factor, facility factor, account factor, location factor, ATM number factor and tariff factor. Of the factors that exist there are 3 (three) factors that have significant influence is the technological factor of 4.78, facilities factor of 4.68, and the location factor of 4.66.

Keyword*: (customer interest, technology factor, facility factor and location factor).*

PENDAHULUAN

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan negara maju antara lain aktivitas penyimpanan dana, investasi, pengiriman uang dari suatu tempat ke tempat yang lain atau dari suatu daerah ke daerah yang lain dengan cepat dan aman, serta yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank disuatu negara dipakai sebagai suatu ukuran pertumbuhan perekomonian negara tersebut.

Di Negara Indonesia dan negara asia lainnya, pemahaman sebagian masyarakat tentang bank masih sedikit, masih pada masyarakat perkotaan. Masyarakat pedesaan masih menganggap keberadaan bank hanya untuk kalangan tertentu. Pada umumnya masyarakat menganggap bank sebagai tempat penyimpanan dan meminjam uang. Melihat bahwa peran bank sangat penting, tidak hanya sebagai tempat untuk meminjam dan menyimpan uang akan tetapi banyak aktivitas keuangan yang diperlukan. Untuk mempermudah bank menyelenggarakan kegiatan aktivitas keuangan tersebut, bank harus memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada (Ismail, 2010 : 1-2)

Pengembangan dana penerapan teknologi informasi di sektor finansial dalam beberapa waktu belakangan ini di banyak negara memang telah berlangsung dengan kecepatan yang cukup tinggi dan fenomena tersebut dirasakan pula di Indonesia. Inovasi-inovasi teknologi informasi dan layanan tersebut telah mengubah pola dan cara perbankan maupun masyarakat dalam berinteraksi, di Indonesia sendiri, beragam inovasi teknologi informasi di sektor finansial termasuk *Automatic Teller Machine* (ATM) telah berkembang peranannya.

[1] Dosen STIE Graha Karya Muara Bulian

Automatic Teller Machine (ATM), banyak mengubah wajah dunia perbankan. Sekarang bukan jamannya lagi nasabah bank antri didepan kasir. Hampir semua transaksi perbankan kini dapat dilakukan tanpa berhadap-hadapan muka. Hanya dengan bantuan perangkat elektronik semuanya terselesaikan. Awalnya orang awam ragu-ragu, aman atau tidak ya? Bisa keluar dengan jumlah persis seperti yang diminta atau tidak? Uang rekening berkurang tanpa diminta? Banyak pihak yang belum melirik keandalan mesin ini, bahkan adapula yang mencemooh (Hadianto, 2008 : 97-98).

Anjungan tunai mandiri atau yang kita kenal dengan ATM merupakan pengembangan penting dari jasa perbankan yang memberikan keuntungan dan kemudahan kepada semua nasabah bank yang mempunyai sarana ATM. Sebelum dikenal adanya ATM diawal tahun 1970, para nasabah bank hanya dapat mengambil dananya menunggu di antrian yang panjang setiap hari jum'at sore hanya untuk mengambil dana mereka yang akan dipergunakan pada hari minggu. ATM membuka pandangan baru mengenai kenyamanan dari nasabah untuk mendapatkan jasa perbankan selama 24 jam perhari, 365 hari pertahun (Jhon Charles Bradbury, 1998).

Investasi perbankan untuk pengadaan sebuah ATM sangatlah besar, hal ini disebabkan karena selain harga ATM itu sendiri cukup mahal diperlukan pula peralatan komputer dan jalur komunikasi yang cukup rumit sebagai pusat kontrol. Disamping itu perlu disiapkan sumber daya manusia yang profesional untuk mengelola. Pemeliharaan ATM juga memerlukan dana yang tidak sedikit, mengingat intensitas penggunaan dana oleh masyarakat cukup sering dan komunikasi antara ATM dan pusat kontrol yang harus terjaga sepanjang waktu menyebabkan mesin harus dalam keadaan selalu siap.

PT. Bank Negara Indonesia (BNI) 46 Tbk Kantor Kas Muara Bulian mulai beroperasi pada Bulan Februari 2012. Pengembangan jasa perbankan yang menjadi tolak ukur dalam perluasan jaringan umumnya di Kabupaten Batanghari Khususnya di Muara Bulian. Dengan melihat minat dan tanggapan positif dari para nasabah hal tersebutlah yang membuat PT. Bank Negara Indonesia (BNI) 46 Tbk Kantor Kas Muara Bulian tetap eksis melayani masyarakat secara umum.

Secara terus menerus mengembangkan infrastrukturnya seperti memperbanyak ATM (5 Buah di Kecamatan Muara Bulian dan 2 Buah di Kecamatan Muara Tembesi), kualitas pelayanan dan sumberdaya manusia. Lokasi PT. Bank Negara Indonesia (BNI) 46 Tbk Kantor Kas Muara Bulian di Jalan Gajah Mada No. 69 Kelurahan Rengas Condong Kecamatan Muara Bulian.

Pihak Bank BNI menyediakan fasilitas yang memudahkan proses transaksi nasabah semakin cepat dan sngkat. Fasilitas ini juga meliputi adanya ATM yang tersedia di berbagai tempat. Khusus di Kota Muara Bulian sendiri, terdapat 5 buah mesin ATM yang tersebar di Muara Bulian. 1 buah di Kantor Kas BNI Muara Bulian, 1 buah di depan Rumah sakit HAMBA, 1 buah di depan Rumah Sakit Mitra Medika Batanghari, 1 buah di depan Green Mart, dan 1 buah lagi terletak di gerbang kampus STIE-GK Muara Bulian.

Dilihat dari letak ATM BNI yang tersebar di Muara Bulian,

semua lokasinya sangat mudah dijangkau oleh transportasi darat. Itu sangat memudahkan bagi nasabah untuk menggnakan ATM BNI.

Demikian pula dengan pemberian rasa aman dan nyaman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank haruslah strategis agar memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI kantor kas Muara Bulian; 2) Bagaimana kondisi faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI kantor kas Muara Bulian; 3) Faktor apa yang paling dominan yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan ATM BNI Kantor Kas Muara Bulian.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran (Marketing)

Pentingnya kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berusaha meletakkan pemasaran sebagai pusat kegiatan dan memandu semua unit yang diproduksi ke arah pencapaian tujuan perusahaan. Untuk menuju tercapainya tujuan perusahaan ini diperlukan sebuah konsep pemasaran. Konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisian (Kotler, 1997).

Menurut Kotler (2001), konsep konsep pemasan terdiri atas empat hal, yaitu: (1) pasar sasaran, (2) kebutuhan pelanggan, (3) pemasaran terpadu, (4) kemampuan menghasilkan laba. Konsep ini dimulai dari pasar yang didefinisikan dengan baik, berfokus pada kebutuhan pelanggan , mengkoordinasikan semua aktifitas yang akan mempengaruhi pelanggan, dan menghasilkan laba yang memuaskan pelanggan.

Produk

Menurut Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk kegunaan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Philip, Kotler, 2011:195)

Menurut Kasmir dalam bukunya Manajemen Perbankan "Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank". (2011:182)

Salah satu kekuatan yang paling dramatis dalam membentuk kehidupan manusia adalah teknologi. Setiap teknologi baru merupakan kekuatan ide kreativitas dan inovasi yang mendalam. Dalam hal tersebut manusia dapat menghasilkan berbagai macam keajaiban didunia seperti pesawat, televisi, handphone dan lainnya. Teknologi dan produk merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan dari segi kemudahan pemakaian dan pengefektifan kinerja. Konsep produk menegaskan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri paling bermutu, berkinerja atau inovatif (Philip Kotler 2004:2). Para manajer di organisasi/perusahaan memusatkan perhatiannya guna menghasilkan produk yang unggul dan inovatif. Mereka mengasumsikan bahwa para pembeli mengagumi produk-produk yang dibuat dengan baik serta dapat menghargai mutu kinerja.

Menurut Kotler dalam buku "Manajemen Pemasaran" salah satu

faktor yang berhubungan dengan nilai kepuasan konsumen adalah faktor fasilitas. Pihak bank harus menyediakan fasilitas yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan proses transaksi yang semakin cepat dan singkat. Fasilitas ini juga meliputi adanya mesin ATM yang tersedia di berbagai tempat, ruangan bank yang memadai, memiliki AC dan tempat duduk yang dapat memberikan kenyamanan. Disamping itu, cabang ataupun gerai bank pun harus diperbanyak guna mengefektifkan nasabah dalam setiap transaksinya. Nasabah akan merasa lebih nyaman bila fasilitas yang tersedia sesuai dengan harapan dan keinginannya. Dalam buku istilah ekonomi disebutkan bahwa pelayanan diartikan sebagai jasa yang diberikan sehubungan dengan adanya jual beli barang dan jasa.

Lokasi sangat penting bagi suatu perusahaan, karena akan mempengaruhi kedudukan perusahaan dalam persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. "Tujuan dalam menentukan lokasi suatu perusahaan adalah untuk dapat membantu dalam pengoperasian baik secara lancar, efektif maupun efisien". (Sofyan Assouri, 2010:39).

Penentuan lokasi kantor bank beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, agar nasabah lebih mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Demikian pula dengan pemberian rasa aman dan nyaman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank haruslah strategis agar memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Proses pengambilan keputusan terdiri dari 5 tahapan yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelan dan perilaku setiap pembelian.

Jika nasabah tertarik atau senang dengan produk tertentu, maka tindakan tersebut akan berulang sampai konsumen menemukan produk atau jasa pengganti yang lebih baik.

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga membentuk niat untuk membeli produk atau jasa yang paling disukai. Namun ada dua faktor yang berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Faktor pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif merek yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal: (1) intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, (2) dorongan konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian. Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menakhiri suatu keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan (perceived risk). Besarnya resiko yang dirasakan berbeda-beda menurut besarnya kepercayaan diri konsumen.

Menurut Kotler (205:202), kita dapat membedakan lima peran yang dilakukan orang dalam keputusan pembelian : Pencetus adalah seseorang yang pertama kali mengusulkan gagasan untuk membeli suatu produk/jasa, pembeli pengaruh adalah seseorang yang pendangan atau sarannya untuk mempengaruhi keputusan, pengambilan keputusan adalah seseorang yang mengambil keputusan untuk setiap komponen keputusan pembelian, pembeli

adalah orang yang melakukan pembelian dengan sesungguhnya, pemakai adalah orang yang yang menggunakan atau memakai produk atau jasa tersebut.

Jika nasabah tertarik atau senang terhadap suatu produk tertentu, maka tindakan tersebut akan berulang sampai konsumen menemukan produk atau jasa pengganti yang lebih baik.

Jasa

Pengertian Jasa

Menurut Kotler jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan sesuatu (2004: 01). Proses produksinya mungkin dan juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sebagai konsumen, kita sering menggunakan jasa setiap hari. Perusahaan-perusahaan juga banyak yang menggunakan jasa, tentunya dalam jumlah yang lebih besar dibandingkan dengan individu ataupun rumah tangga. Dengan adanya jasa yang sering digunakan dalam kehidupa sehari-hari akhirnya menimbulkan berbagai definisi dari jasa. Definisi jasa merupakan suatu kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai dan memberikan manfaat bagi konsumen pada waktu dan tempat yang spesifik, dengan cara memberikan perubahan keinginan atau kepentingan bagi penerima jasa.

Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan produk pemasaran, yaitu: tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparibility*), keanekaragaman (*variability*), dan daya tahan (*perishability*). (Philip Kotler, 2011: 195).

Perilaku Konsumen (Consumen Behavior)

Dalam mengenal konsumen diperlukan pemahaman mengenai perilaku konsumen yang merupakan perwujudan seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Menurut Engel, et al. (1994), perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini. Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang langsung terlibat dalam jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan. Terdapat dua elemen penting dari arti perilaku konsumen, yaitu: (1) proses pengambilan keputusan, (2) kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa ekonomis (Swastha,1990).

Menurut Kotler dan Amstrong (2001), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya yaitu faktor psikologis. Adapun macam dari aktor psikologis ini antara lain, yaitu: (1) Motivasi, adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya; (2) Persepsi, adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia; (3) pembelajaran, adalah perubahan pada perilaku individu yang muncul dari pengalaman; (4) Keyakinan, adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu, dan sikap menggambarkan penilaian, perasaan, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang atas sebuah obyek atau gagasan.

Penelitian ini meneliti tentang prilaku nasabah BNI dalam menggunakan ATM BNI dari aspek faktor Psikologis nasabah, yaitu tentang aspek persepsi nasabah atau kualitas jasa internet banking. Dengan memilih, mengatur, dan menginterpretasikan hal-hal terkait ATM BNI, nasabah akan dapat merasakan bahwa mereka merasa puas atau tidak puas terhadap ATM BNI tersebut. Jika mereka merasa puas, maka mereka akan memilih untuk menggunakan sistem ATM BNI ini di masa depan, begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, perilaku penggunaan ATM BNI tepat untuk meneliti tingkat penerimaan suatu sistem internet banking pada diri nasabah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian lapangan. Penelitian lapangan atau metode field research yang dimaksud adalah penelitian yang dilakukan dengan jalan mendatangi perusahaan dan tempat lainnya. (Moelong, 2000:14).

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari pimpinan PT. Bank Negara Indonesia (BNI) 46 Tbk, Kantor Kas Muara Bulian dan para konsumen/nasabah Bank BNI Cabang Muara Bulian.

Metode Pengumpulan Data

Agar penelitian ini menjadi relevan dan mengandung kebenaran yang objektif, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

Library Research (Penelitian Kepustakaan)

Metode penelitian perpustakaan adalah penelitian dimana dilakukan dengan jalan membaca buku-buku dan sumber data lainnya di perpustakaan.

Melalui metode ini penulis mencari berbagai literatur yang sesuai dengan apa yang akan diteliti. (Moelong, 2000:13)

Field Research (Penelitian Lapangan)

Metode Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan jalan mendatangi perusahaan dan tempat lainnya. (Moelong, 2000:14). Metode ini dilakukan dengan 3 (Tiga) cara yaitu:

1. Observasi.
   Observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan jalan mengamati dan terjun langsung kelapangan, melihat secara nyata keadaan dan kondisi perusahaan dengan segala aspek kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.
2. *Interview* atau wawancara
   Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan 2 orang atau lebih bertatap muka dan mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan. (Moelong,2000:83).
3. Kuesioner
   Kuesioner yaitu dengan mengisi jawaban atas pertanyaan yang disiapkan secara tertulis dengan menggunakan skala likert . skala likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiono, 2001)

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi merupakan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi

yang akan diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan (Tjiptono 2002:79). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah BNI cabang Muara Bulian Tahun 2015 yaitu sebanyak 2250 orang nasabah.

Sampel

Sampel adalah bagian yang hendak diteliti dan mewakili karakteristik populasi. Menurut Ari Kunto (2002:105) apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya. Namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel yang diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Jumlah nasabah BNI pada tahun 2015 berjumlah 2250 nasabah, karena keterbatasan dana dan waktu maka penelitian mengambil sampel sebanyak 10% dari populasi. Jumlah nasabah BNI Kantor Kas Muara Bulian sebanyak 2250 x 10%, maka dihasilkan sampel 225 nasabah.

Rumus yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah :

n = 10% x N

dimana:

n = Besar sampel

N= Besar Populasi (Nasabah)

Metode Alat Analisa

Untuk menganalisa data hasil kuesioner dapat diukur dengan penilaian skala likert yang memiliki lima tingkat jawaban yang mempunyai nilai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

STB (Sangat Tidak Baik) = 1
TB (Tidak Baik) = 2
N (Netral/Ragu-ragu) = 3
B (Baik) = 4
SB (Sangat Baik) = 5

Menurut Husein Umar (2001), analisa dilakukan dengan menggunakan nilai indeks yaitu dengan menentukan nilai besarnya kelas sebagai berikut :

Nilai maksimum : 5
Nilai minimum : 1

$$\text{rentang skala} = \frac{(nilai\ maks - nilai\ \min)}{jumlah\ kelas}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0{,}8$$

Jadi tabel indeks penilaian disesuaikan dengan pernyataan responden terhadap kondisi variabel yang akan diukur yakni sebagai berikut :

Tabel 1. Indeks Penilaian Jawaban Responden

Nilai indeks	Penilaian
1 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Cukup Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Indeks yang paling tinggi adalah faktor yang paling dominan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI dipilih berdasarkan 3 skor tanggapan yang paling tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan ATM BNI Kantor Kas Muara Bulian

Pada dasarnya, faktor apa yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan ATM Bank BNI itu tergantung nasabah itu sendiri. Namun, agar berkualitas dan memiliki keseragaman, faktor-faktor penentu tadi dibekali dengan dasar-dasar pelayanan yang mendalam. Kualitas juga tentunya harus dengan standar yang dibutuhkan oleh nasabah. Tanpa standar pelayanan dan kualitas, akan sangat sulit untuk memberikan pelayanan yang berkualitas untuk nasabahnya.

BNI merupakan perusahaan perbankan yang bergerak dibidang jasa keuangan. Dimana perusahaan ini menawarkan jasa keuangan berupa simpanan, deposito, giro, dan produk investasi untuk jaminan masa tua serta pendidikan anak, ada juga pinjaman produk modal kerja, didalam produk tersebut juga tersedia *produk virtual* account dan *payroll* gaji karyawan.

Suatu perusahaan jasa harus memproduksi suatu produk jasa yang memiliki kualitas yang baik. Untuk menciptakan suatu produk jasa yang berkualitas, banyak faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor teknologi, faktor area, faktor fasilitas, faktor rekening, faktor lokasi, faktor jumlah, dan faktor tarifnya. Diantara faktor-faktor tersebut, ada 3 faktor yang paling tinggi skornya dibanding faktor-faktor yang lain adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI Kantor Kas Muara Bulian yaitu faktor teknologi, faktor fasilitas dan faktor lokasi.

Tabel 2. Pertanyaan berkaitan dengan faktor-faktor yang berkaitan dengan minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI Muara Bulian

No	Pertanyaan	SS		S		CS		TS	STS	Indeks
1	Saya menggunakan ATM karena faktor teknologi	176	880	49	196	-	-	-	-	4,78
2	Saya menggunakan ATM karena faktor area	157	785	58	232	10	30	-	-	4,65
3	Saya menggunakan ATM karena faktor fasilitas	168	840	43	172	14	42	-	-	4,68
4	Saya menggunakan ATM karena faktor rekening	99	495	102	408	24	72	-	-	4,33
5	Saya menggunakan ATM karena faktor lokasi	152	760	69	276	4	12	-	-	4,66
6	Saya menggunakan ATM karena faktor jumlah ATM	156	780	46	184	23	69	-	-	4,59
7	Saya menggunakan ATM karena faktor tarif	148	740	62	248	15	45	-	-	4,59

Sumber : Data diolah dari data kuisioner

Berdasarkan tabel 2 tanggapan responden diatas tergambar bahwa item pertanyaan ke-1 menggunakan ATM karena faktor teknologi berjumlah 4,78 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-2 menggunakan ATM karena faktor area berjumlah 4,65 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-3 menggunakan ATM karena faktor fasilitas berjumlah 4,68 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-4 menggunakan ATM karena faktor rekening berjumlah 4,33 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-5 menggunakan ATM karena faktor lokasi berjumlah 4,66 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-6 menggunakan ATM karena faktor jumlah ATM berjumlah 4,59 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Dan pada item pertanyaan ke-7

menggunakan ATM karena faktor tarif berjumlah 4,59 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik.

Dari jawaban responden mengenai masing-masing indikator pertanyaan dapat diketahui bahwa responden menilai ada 3 faktor dengan skor tanggapan tertinggi yaitu pertanyaan ke-1 , ke-3 dan ke-5.

Kondisi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan ATM BNI Muara Bulian
Di Tinjau dari Aspek Teknologi

Aspek teknologi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan ATM BNI. Berikut adalah tanggapan responden mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan ATM BNI di tinjau dari aspek teknologi.

Tabel 3. Pertanyaan berkaitan dengan minat nasabah ditinjau dari aspek teknologi

No	Pertanyaan	SS		S		CS		TS	STS	Indeks
1	Adanya inovasi teknologi baru yang menjamin keamanan pengguna.	154	770	59	236	12	36	-	-	4,63
2	Kamera pengawas yang dapat merekam setiap kegiatan di dalam ruangan ATM.	175	875	37	148	13	39	-	-	4,72
3	Kemudahan pencarian informasi yang ada di dalam ATM melalui menu.	166	825	48	192	11	33	-	-	4,66
4	Kemampuan ATM melakukan pembayaran rekening (kartu kredit, listrik, telpon, asuransi, dll).	100	500	99	396	26	78	-	-	4,32
5	Kemampuan ATM melakukan penjualan (Voucher Handphone, reksadana, tiket, dll)	125	625	79	316	21	63	-	-	4,46
6	Adanya tampilan screen logo yang menarik, berisikan informasi mengenai perbankan.	150	750	55	220	20	60	-	-	4,57
		Jumlah								27,38
		Rata-rata								4,56

Sumber : Data diolah dari data kuisioner

Berdasarkan tabel 3 tanggapan responden diatas tergambar bahwa item pertanyaan ke-1 adanya inovasi teknologi baru yang menjamin keamanan pengguna berjumlah 4,63 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-2 kamera pengawas yang dapat merekam setiap kegiatan didalam ruangan berjumlah 4,72 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini nayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-3 kemudahan pencarian informasi yang ada didalam ATM melalui menu berjulah 4,66 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-4 kemampuan ATM melakukan pembayaran rekening (kartu kredit, listrik, telpon, asuransi, dll) berjumlah 4,32 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-5 kemampuan ATM melakukan penjualan (voucher

handphone, reksadana, tiket, dll) berjumlah 4,46 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-6 adanya tampilan logo yang menarik, berisikan informasi mengenai perbankan berjumlah 4,57 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik.

Dari jawaban responden mengenai masing-masing indikator pertanyaan dapat diketahui bahwa responden menilai pertanyaan ke-2 memiliki indeks tertinggi berjumlah 4,72 dan indeks terendah terdapat pada pertanyaan ke-4. Berdasarkan jumlah nilai rata-rata dari 6 indikator pertanyaan mengenai minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI ditinjau dari aspek teknologi nemiliki nilai keseluruhan rata-rata indeks sebesar 4,56. Ini berarti faktor yang mempengaruhi minat nasabah ditinjau dari aspek teknologi dalam kategori sangat baik.

Di Tinjau dari Aspek Fasilitas

Aspek fasilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan ATM BNI. Berikut adalah tanggapan responden mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan ATM BNI di tinjau dari aspek fasilitas.

Tabel 4. Pertanyaan berkaitan dengan minat nasabah ditinjau dari aspek fasilitas

No	Pertanyaan	SS		S		CS		TS	STS	Indeks
1	Pencahayaan dan tata letak mesin dalam ruangan ATM BNI memberikan rasa nyaman kepada anda	153	765	58	232	14	42	-	-	4,61
2	Ruangan ATN yang nyaman dengan fasilitas penyejuk ruangan	158	790	61	244	6	18	-	-	4,67
3	Kemampuan ATM melayani 24 jam	168	840	44	176	13	39	-	-	4,68
4	Waktu yang diperlukan dalam waktu penarikan uang	99	495	105	420	21	63	-	-	4,34
5	Ketersediaan uang dalam mesin ATM	139	695	80	320	6	18	-	-	4,59
6	Banyaknya jumlah ATM yang ada untuk mengurangi jumlah antrian	158	790	45	180	22	66	-	-	4,60
7	Tersedianya kotak sampah didalam ruangan ATM untuk membuang sisa struk	174	870	51	204	-	-	-	-	4,77
	Jumlah									32,29
	Rata-rata									4,61

Sumber : Data diolah dari data kuisioner

Berdasarkan tabel 4 tanggapan responden diatas tergambar bahwa item pertanyaan ke-1 pencahayaan dan tata letak mesin dalam ruangan ATM BNI memberikan rasa nyaman kepada anda berjumlah 4,61 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-2 ruangan ATM yang nyaman dengan fasilitas penyejuk ruangan berjumlah 4,67 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini nayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-3 kemampuan ATM melayani 24 jam berjumlah 4,68 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik.

Pada item pertanyaan ke-4 waktu yang diperlukan dalam penarikan uang berjumlah 4,34 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-5 ketersediaan uang dalam mesin ATM berjumlah 4,59 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-6 banyaknya jumlah ATM yang ada untuk mengurangi jumlah antrian berjumlah 4,60 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Dan pada item pertanyaan ke-7 tersedianya kotak sampah didalam ruangan ATM untuk membuang struk berjumlah 4,77 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik.

Dari jawaban responden mengenai masing-masing indikator pertanyaan dapat diketahui bahwa responden menilai pertanyaan ke-7 memiliki indeks tertinggi berjumlah 4,77 dan indeks terendah terdapat pada pertanyaan ke-4. Berdasarkan jumlah nilai rata-rata dari 7 indikator pertanyaan mengenai minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI ditinjau dari aspek fasilitas nemiliki nilai keseluruhan rata-rata indeks sebesar 4,61. Ini berarti faktor yang mempengaruhi minat nasabah ditinjau dari aspek fasilitas dalam kategori sangat baik.

Di Tinjau dari Aspek Lokasi

Aspek lokasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan ATM BNI. Berikut adalah tanggapan responden mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan ATM BNI di tinjau dari aspek lokasi.

Tabel 5. Pertanyaan berkaitan dengan minat nasabah ditinjau dari aspek lokasi

No	Pertanyaan	SS		S		CS		TS	STS	Indeks
1	Lokasi bank yang mudah diakses melalui sarana transportasi darat	163	815	52	208	10	30	-	-	4,68
2	Lokasi ATM dan ketersediaan ATM sudah cukup tersedia dan mudah dijangkau	184	920	27	108	14	42	-	-	4,75
3	Ketersediaan tempat parkir dilokasi bank dan ATM sudah memadai	169	845	49	196	7	21	-	-	4,72
4	Lokasi ATM yang jauh dari kebisingan	100	500	97	388	28	84	-	-	4,32
5	Terdapat petugas keamanan di sekitas lokasi ATM	134	670	81	324	10	30	-	-	4,55
		Jumlah								23,02
		Rata-rata								4,60

Sumber : Data diolah dari data kuisioner

Berdasarkan tabel 5 tanggapan responden diatas tergambar bahwa item pertanyaan ke-1 lokasi bank yang mudah diakses melalui sarana transportasi darat berjumlah 4,68 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-2 lokasi ATM dan ketersediaan ATM sudah cukup tersedia dan mudah dijangkau berjumlah 4,75 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini nayoritas tanggapan responden

sangat baik. Pada item pertanyaan ke-3 ketersediaan tempat parkir dilokasi bank dan ATM sudah memadai berjumlah 4,72 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-4 lokasi ATM yang jauh dari kebisingan berjumlah 4,32 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik. Pada item pertanyaan ke-5 terdapat petugas keamanan disekitar lokasi ATM berjumlah 4,55 dari 225 responden yang berarti pada item pertanyaan ini mayoritas tanggapan responden sangat baik.

Dari jawaban responden mengenai masing-masing indikator pertanyaan dapat diketahui bahwa responden menilai pertanyaan ke-2 memiliki indeks tertinggi berjumlah 4,75 dan indeks terendah terdapat pada pertanyaan ke-4. Berdasarkan jumlah nilai rata-rata dari 5 indikator pertanyaan mengenai minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI ditinjau dari aspek lokasi memiliki nilai keseluruhan rata-rata indeks sebesar 4,60. Ini berarti faktor yang mempengaruhi minat nasabah ditinjau dari aspek lokasi dalam kategori sangat baik.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan antara lain:

1. Suatu perusahaan jasa harus memproduksi suatu produk jasa yang memiliki kualitas yang. Untuk menciptakan suatu produk jasa yang berkualitas, banyak faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor teknologi, faktor area, faktor fasilitas, faktor rekening, faktor lokasi, faktor jumlah, dan faktor tarifnya. Diantara faktor-faktor tersebut, ada 3 faktor yang paling tinggi skornya dibanding faktor-faktor yang lain.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah meliputi faktor teknologi, fasilitas dan lokasi.
3. Dari jawaban responden mengenai masing-masing indikator pertanyaan dapat diketahui bahwa responden menilai pertanyaan ke-2 memiliki indeks tertinggi berjumlah 4,72 dan indeks terendah terdapat pada pertanyaan ke-4. Berdasarkan jumlah nilai rata-rata dari 6 indikator pertanyaan mengenai minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI ditinjau dari aspek teknologi nemiliki nilai keseluruhan rata-rata indeks sebesar 4,56. Ini berarti faktor yang mempengaruhi minat nasabah ditinjau dari aspek teknologi dalam kategori sangat baik.
4. Dari jawaban responden mengenai masing-masing indikator pertanyaan dapat diketahui bahwa responden menilai pertanyaan ke-7 memiliki indeks tertinggi berjumlah 4,77 dan indeks terendah terdapat pada pertanyaan ke-4. Berdasarkan jumlah nilai rata-rata dari 7 indikator pertanyaan mengenai minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI ditinjau dari aspek fasilitas nemiliki nilai keseluruhan rata-rata indeks sebesar 4,61. Ini berarti faktor yang mempengaruhi minat nasabah ditinjau dari aspek fasilitas dalam kategori sangat baik.
5. Dari jawaban responden mengenai masing-masing indikator pertanyaan dapat diketahui bahwa responden menilai pertanyaan ke-2 memiliki indeks tertinggi berjumlah 4,75

dan indeks terendah terdapat pada pertanyaan ke-4. Berdasarkan jumlah nilai rata-rata dari 5 indikator pertanyaan mengenai minat nasabah untuk menggunakan ATM BNI ditinjau dari aspek lokasi memiliki nilai keseluruhan rata-rata indeks sebesar 4,60. Ini berarti faktor yang mempengaruhi minat nasabah ditinjau dari aspek lokasi dalam kategori sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2010. ”*Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)”. Jakarta:* Rineka Cipta.

Basu, Swasta, dkk. 2007. “*Manajemen Pemasaran Modern”*. Yogyakarta: Liberty.

Buchari,Alma. 2004. ”*Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa”*. Cetakan Ketujuh Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.

Hasibuan, Malayu S.P. 2002. “*Dasar-dasarr perbankan*”. cetakan kedua. Jakarta: Bumi Aksara.

John. R Schermerhorm Jr. 2002. “*Manajemen”*. Yogyakarta : Andi Ofset

Jonathan, Sarwono, 2012, “*Metode Penelitian”*. Yogyakarta : Liberty.

Kasmir. 2011. ” *Manajemen Perbankan*”. Edisi revisi 10. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip. Gary Amstrong. 2004 “*Dasar-dasar Pemasaran*”. Edisi 9. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler,P.2001.”*Manajemen Pemasaran Edisi Minimum Jilid I”.* Jakarta: Prenhallindo.

Malayu,SP. 2000. ”*Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: Gramedia.

Mowen, C. Jhon. Minor Michel. 2002. “*Perilaku Konsumen*”. Edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.

Tim Penyusun Kamus P3B. 2001. “*Kamus Besar Bahasa Indonesia”*. Edisi Ketiga . Jakarta: Balai Pustaka.