

**SERVICE QUALITY DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MENGGUNAKAN BRIMO DI BANK RAKYAT INDONESIA
KCP URIP SUMOHARJO SOLO**

Ines Nur Isti Haryanti, Siti Maryam, Burhanudin AY
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta
*E-mail : stmuniba17@gmail.com

Abstract

This study aims to determine partial and simultaneous Service Quality and Word Of Mouth on customer decisions to use Brimo at Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo. The population in this study were customers of Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo. The sampling technique uses the incidental random sampling method. Based on this method, a sample of 100 customers was obtained. The data analysis method used in this study is to use multiple linear regression analysis. Based on the results of simultaneous testing (F test), it shows that the independent variables (Service Quality and Word Of Mouth) have a positive and significant effect on the dependent variable (customer decisions). Based on partial testing (t test), it shows that the variable Service Quality and Word Of Mouth have a positive and significant effect on customer decisions. Based on the test of the coefficient of determination (R^2) obtained 44.3%, these results indicate that the dependent variable (Nasaban's decision) can be explained by independent variables (Service Quality and Word Of Mouth), while the remaining 56.7% is influenced by variables outside of this study.

Keywords: Service Quality , Word Of Mouth, Customer Decision, Brimo, BRI..

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui parsial dan simultan Service Quality dan Word Of Mouth terhadap keputusan nasabah menggunakan Brimo di Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode incidental random sampling. Berdasarkan metode ini diperoleh sampel sebanyak 100 orang nasabah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel independen (Service Quality dan Word Of Mouth) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Service Quality dan Word Of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah . Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh 44,3 %, hasil ini menunjukkan bahwa variabel dependen (keputusan nasabah) dapat dijelaskan oleh variabel independen (Service Quality dan Word Of Mouth), sedangkan sisanya 56,7 % dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Service Quality , Word Of Mouth, keputusan nasabah , Brimo, BRI.

1. PENDAHULUAN

PT Bank Rakyat Indonesia mempunyai konsep pelayanan terhadap nasabahnya yaitu dengan motto “Melayani Dengan Setulus Hati”. Bank BRI merupakan salah satu bank BUMN yang memiliki ketentuan paling mudah dan murah serta selalu melakukan pemasaran produk untuk lebih memperkenalkan produk-produk Bank BRI kepada calon-calon nasabah. Bank BRI selalu meningkatkan kegiatan pemasarannya agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Bank BRI menyediakan layanan secara 24 jam melalui Call Center BRI. Call Center BRI merupakan layanan *phone banking* dimana nasabah dapat melakukan transaksi perbankan, mendapatkan informasi seputar produk dan layanan perbankan, serta dapat menyampaikan keluhan yang berkaitan dengan Bank BRI.

Kemajuan Teknologi mendorong Bank BRI untuk merilis teknologi aplikasi *online mobile banking* dengan koneksi internet yang bernama BRImo (BRI Mobile Banking). Bank Rakyat Indonesia *Mobile Banking* (disingkat BRImo) merupakan sebuah aplikasi digital banking berbasis internet yang diluncurkan dengan sasaran utama adalah para pengguna milenial. Aplikasi digital banking ini diluncurkan untuk memberikan kemudahan dan layanan keamanan saat melakukan transaksi perbankan. Baik nasabah maupun non nasabah tidak perlu datang ke Bank BRI terdekat, cukup dengan BRImo dapat melakukan transaksi dengan pilihan sumber dana giro, tabungan atau uang elektronik.

BRImo memberikan akses yang lebih mudah bagi pengguna dalam mendapatkan layanan dari Bank BRI. Beberapa fiturnya antara lain, pembukaan rekening BRI dengan lebih cepat, metode login BRImo dengan sidik jari atau *face recognition*, mengetahui jumlah transaksi selama 1 tahun, dan akses info untuk berbagai macam promo dari Bank BRI. Nasabah dapat menikmati beragam layanan perbankan lebih cepat dan lebih baik dengan pengalaman pengguna (*user experience/UX*) sebagai fokus utama.

Pemasaran produk tentu akan mengalami persaingan, sehingga perusahaan berlomba-lomba pelayanan prima agar menciptakan *Word Of Mouth (WOM)* yang positif, sehingga konsumen lain tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan tergantung dari minat pelanggannya dan kemampuan untuk menghasilkan suatu keuntungan. Perusahaan tidak akan dikenal orang, berkembang dan mampu menghasilkan keuntungan apabila perusahaan tidak mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen..

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Service quality dan Word Of Mouth terhadap keputusan nasabah menggunakan Brimo di Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo***”.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah ada pengaruh secara parsial *Service Quality* dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan nasabah menggunakan Brimo di Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo ?
- b. Apakah ada pengaruh secara simultan *Service Quality* dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan nasabah menggunakan Brimo di Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *Service Quality* dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan nasabah menggunakan Brimo di Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo.
- b. Untuk mengetahui secara simultan *Service Quality* dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan nasabah menggunakan Brimo di Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo.

2. METODOLOGI

2.1 Populasi dan Sampling

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah yang di Bank Rakyat Indonesia KCP Urip Sumoharjo Solo. Populasi yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 39.018 nasabah.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental random sampling*, Ukuran sampel penelitian ini digunakan formula *Isaac dan Micahal* dengan taraf signifikan 5%, diperoleh sampel penelitian sebesar 100 nasabah.

2.2 Metode Analisis Data

2.2.1 Uji Instrumen

2.2.1.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Uji validitas diukur menggunakan *Pearson Correlation*.

Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

- a) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item kuisisioner tersebut valid.
- b) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item kuisisioner tersebut tidak valid.

2.2.1.2 Uji Realibilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghozali, (2018) menunjukkan bahwa Alpha cronbach's dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin dekat *alpha cronbach's* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal.

2.2.2 Uji Asumsi Klasik

2.2.2.1 Uji Normalitas

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik (Ghozali, 2018). Pada penelitian untuk mengetahui normalitas menggunakan analisis grafik dan statistik. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik nonparametik *Kolgomorov-Smirnov* (K-S) tingkat signifikansi (α) 0,05. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis (Ghozali, 2018) :

Ho : Data residual terdistribusi normal apabila Sig hitung $> 0,05$

Ha : Data residual tidak terdistribusi normal apabila Sig hitung $< 0,05$.

2.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan cara memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2018).

2.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual pada suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *rho-Spearman* (Sugiyono, 2010:284).

2.2.3 Uji Hipotesis

2.2.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*Service Quality* dan *Word Of Mouth*) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y : keputusan nasabah

a : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: koefisien regresi masing-masing variable

X_1 : *Service Quality*

X_2 : *Word Of Mouth*

2.2.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*Service Quality* dan *Word Of Mouth*) secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

2.2.3.3 Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*Service Quality* dan *Word Of Mouth*) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara sendiri (parsial) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2.2.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Instrumen

3.1.1 Uji Validitas

Berdasarkan pengujian uji validitas, hasil pengujian disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 1.

Uji Validitas Variabel *Service Quality* pada dimensi *Tangible*

Item	r_{hitung}	$r_{tabel} = 0,164$ ($\alpha = 5\%$, $dk = n-1$)	Keputusan
T.1	0,435	> 0,164	Valid
T.2	0,345	> 0,164	Valid
T.3	0,315	> 0,164	Valid
T.4	0,135	< 0,164	Tidak Valid
T.5	0,369	> 0,164	Valid
T.6	0,345	> 0,164	Valid
T.7	0,296	> 0,164	Valid
T.8	0,664	> 0,164	Valid
T.9	0,333	> 0,164	Valid
T.10	0,202	> 0,164	Valid

Sumber : Data Kuantitatif yang diolah

Berdasarkan hasil angket T.10 nilai $r_{hitung} = 0,202 > r_{tabel} = 0,164$ dinyatakan valid, dengan cara yang sama semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ kecuali T4.

Hasil perhitungan uji validitas Variabel *Service Quality* pada dimensi *Reliability* sebagai berikut:

Tabel 2.

Uji Validitas Variabel *Service Quality* pada dimensi *Reliability*

Item	r_{hitung}	$r_{tabel} = 0,164$ ($\alpha = 5\%$, $dk = n-1$)	Keputusan
R.1	0,409	> 0,164	Valid
R.2	0,308	> 0,164	Valid
R.3	0,298	> 0,164	Valid
R.4	0,160	< 0,164	Tidak Valid
R.5	0,428	> 0,164	Valid
R.6	0,796	> 0,164	Valid

Sumber : Data Kuantitatif yang diolah

Pada tabel 2, sebagai contoh hitungan item R.1 nilai $r_{hitung} = 0,409 > r_{tabel} = 0,164$. Berdasarkan hasil angket R.1 dinyatakan valid, dengan cara yang sama semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ kecuali R4.

Hasil perhitungan uji validitas penelitian *Service Quality* pada dimensi *responsiviness* sebagai berikut:

Tabel 3.

Uji Validitas Variabel *Service Quality* pada dimensi *responsiviness*

Item	r_{hitung}	$r_{tabel} = 0,164$	Keputusan
------	--------------	---------------------	-----------

$(\alpha = 5\% , dk = n-1)$			
RP.1	0,164	$> 0,164$	Valid
RP.2	0,200	$> 0,164$	Valid
RP.3	0,101	$> 0,164$	Tidak valid
RP.4	0,461	$< 0,164$	Valid
RP.5	0,360	$> 0,164$	Valid
RP.6	0,352	$> 0,164$	Valid
RP.7	0,161	$> 0,164$	Tidak valid
RP.8	0,407	$> 0,164$	Valid

Sumber : Data Kuantitatif yang diolah

Pada tabel 3, sebagai contoh hitungan item RP.8 nilai $r_{hitung} = 0,407 > r_{tabel} = 0,164$. Hasil angket RP.1 dinyatakan valid, dengan cara yang sama semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ kecuali RP.3 dan RP. 7.

Hasil perhitungan uji validitas penelitian *Service Quality* pada dimensi *Assurance* sebagai berikut:

Tabel 4.

Uji Validitas Variabel *Service Quality* pada dimensi *Assurance*

Item	r_{hitung}	$r_{tabel} = 0,164$ $(\alpha = 5\% , dk = n-1)$	Keputusan
A.1	0,480	$> 0,164$	Valid
A.2	0,153	$> 0,164$	Tidak valid
A.3	0,145	$> 0,164$	Tidak valid
A.4	0,408	$< 0,164$	Valid
A.5	0,275	$> 0,164$	Valid

Sumber : Data Kuantitatif yang diolah

Pada tabel 4., sebagai contoh hitungan item A.1 nilai $r_{hitung} = 0,480 > r_{tabel} = 0,164$. Hasil angket A.1 dinyatakan valid, dengan cara yang sama semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ kecuali A.2 dan A. 3.

Hasil perhitungan uji validitas penelitian *Service Quality* pada dimensi *Emphaty* sebagai berikut:

Tabel 5

Uji Validitas Variabel *Service Quality* pada dimensi *Emphaty*

Item	r_{hitung}	$r_{tabel} = 0,164$ $(\alpha = 5\% , dk = n-1)$	Keputusan
E.1	0,032	$> 0,164$	Tidak Valid
E.2	0,153	$> 0,164$	Tidak Valid
E.3	0,289	$> 0,164$	Valid
E.4	0,574	$< 0,164$	Valid
E.5	0,337	$> 0,164$	Valid
E.6	0,490	$> 0,164$	Valid
E.7	0,161	$> 0,164$	Tidak Valid
E.8	0,360	$> 0,164$	Valid

Sumber : Data Kuantitatif yang diolah

Pada tabel 5, sebagai contoh hitungan item E.8 nilai $r_{hitung} = 0,360 > r_{tabel} = 0,164$. Hasil angket E.10 dinyatakan valid, dengan cara yang sama semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ kecuali E.1, E.2 dan E7.

Hasil perhitungan uji validitas variabel *Word Of Mouth* sebagai berikut:

Tabel 6.
Uji Validitas Variabel *Word Of Mouth*

Item	r_{hitung}	$r_{tabel} = 0,164$ ($\alpha = 5\%$, $dk = n-1$)	Keputusan
WOM.1	0,160	> 0,164	Tidak Valid
WOM.2	0,379	> 0,164	Valid
WOM.3	0,295	> 0,164	Valid
WOM.4	0,396	< 0,164	Valid
WOM.5	0,330	> 0,164	Valid
WOM.6	0,496	> 0,164	Valid

Sumber : Data Kuantitatif yang diolah

Pada tabel 6, sebagai contoh hitungan item WOM.2 nilai $r_{hitung} = 0,379 > r_{tabel} = 0,164$. Berdasarkan hasil angket WOM.2 dinyatakan valid, dengan cara yang sama semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ kecuali WOM 1.

Hasil perhitungan uji validitas penelitian keputusan nasabah sebagai berikut:

Tabel 7.
Uji Validitas Variabel keputusan nasabah

Item	r_{hitung}	$r_{tabel} = 0,164$ ($\alpha = 5\%$, $dk = n-1$)	Keputusan
KN.1	0,567	> 0,164	Valid
KN.2	0,573	> 0,164	Valid
KN.3	0,659	> 0,164	Valid
KN.4	0,159	< 0,164	Tidak Valid
KN.5	0,517	> 0,164	Valid
KN.6	0,420	> 0,164	Valid
KN.7	0,314	> 0,164	Valid
KN.8	0,557	> 0,164	Valid
KN.9	0,513	> 0,164	Valid
KN.10	0,597	> 0,164	Valid

Sumber : Data Kuantitatif yang diolah

Pada tabel 7, sebagai contoh hitungan item KN.1 nilai $r_{hitung} = 0,567 > r_{tabel} = 0,164$. Berdasarkan hasil angket KN.1 dinyatakan valid, dengan cara yang sama semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ kecuali KN 4

3.1.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan pengujian uji reliabilitas, hasil pengujian disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 8 : Hasil Uji Reliabilitas

Keterangan	Cronbach-Alpha	Kesimpulan
All variabel (Service Quality (X_1), Word Of Mouth (X_2), dan keputusan nasabah (Y))	0,735	Reliabel

Sumber : data primer diolah.

Hasil perhitungan reliabilitas dinyatakan bahwa semua variabel (Service Quality (X_1), Word Of Mouth (X_2), dan Komitmen Organisasi (X_3)) adalah reliabel karena koefisien alpha diatas nilai 0,60..

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Berdasarkan pengujian uji normalitas, hasil pengujian di sajikan dalam bentuk grafik dan tabel berikut ini :

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,85158806
Most Extreme Differences	Absolute	0,106
	Positive	0,081
	Negative	-0,106
Kolmogorov-Smirnov Z		1,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,214

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 9 di atas hasil perhitungan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat dari *Asym. Sig (2-tailed)*. Hasil *Asym. Sig (2-tailed)* untuk residu dari ketiga Service Quality (X_1), Word Of Mouth (X_2), dan Kepuasan Nasabah (Y)) dengan nilai 0,200, sehingga semua variabel penelitian mempunyai nilai *Asym. Sig (2-tailed)* = 0,214 > 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diuji berdistribusi normal

3.2.2 Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pengujian uji multikolinearitas, hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 10
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Service Quality	0,991	1,009
Word Of Mouth	0,991	1,009

a. *Dependent Variable:* keputusan nasabah

Berdasarkan pada tabel 10 tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terdapat penyimpangan multikolinearitas, karena seluruh variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10.

3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pengujian uji heteroskedastisitas, hasil pengujian disajikan dalam gambar berikut ini:

Tabel 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,587	2,972		2,217	0,029
1 Service Quality	0,027	0,022	0,123	1,232	0,221
Word Of Mouth	0,077	0,054	0,141	1,409	0,162

a. Dependent Variable: abs_res1

Hasil uji *Glejser* dapat dilihat dari kolom sig, untuk variabel *Service Quality* (sig 0,221), dan *Word Of Mouth* (sig 0,162). Dari hasil tersebut pada tingkat signifikansi 5% variabel independen ternyata tidak signifikan mempengaruhi absolut residual (sig.>0,05), berarti bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas..

3.3 Uji Hipotesis

3.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pengujian analisis regresi linier berganda, hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 12
Hasil Regresi Linear

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	33,286	4,655		7,150	0,000
1 Service Quality	0,046	0,035	0,130	1,992	0,048
Word Of Mouth	0,174	0,085	0,201	2,035	0,045

a. Dependent Variable: keputusan nasabah

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS, maka didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,791 + 0,319 X_1 + 0,360 X_2 + 0,393 X_3$$

Persamaan regresi yang terbentuk diatas memberikan pengertian sebagai berikut :

- a = 33,286 adalah konstanta positif yang berarti *Service Quality* (X_1), *Word Of Mouth* (X_2) bernilai tetap, maka kepuasan nasabah (Y) bernilai 33,286 satuan.

- $b_1 = 0,046$ atau positif yang berarti jika *Service Quality* (X_1) meningkat satu satuan dengan asumsi *Word Of Mouth* (X_2) tetap, maka keputusan nasabah (Y) meningkat sebesar 0,046.
- $b_2 = 0,174$ atau positif yang berarti jika *Word Of Mouth* (X_2) meningkat satu satuan dengan asumsi *Service Quality* (X_1) tetap, maka keputusan nasabah (Y) meningkat sebesar 0,174 satuan..

3.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan pengujian uji F, hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 13
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	22,551	2	11,275	3,222	0,044 ^b
Residual	339,409	97	3,499		
Total	361,960	99			

a. *Dependent Variable:* keputusan nasabah

b. *Predictors:* (Constant), *Word Of Mouth*, *Service Quality*

Karena nilai $F_{hitung} = 3,22$, dan signifikansi = 0,044, maka $\text{sig} = 0,044 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel *Service Quality* (X_1), dan *Word Of Mouth* (X_2), terhadap variabel keputusan nasabah (Y).

3.3.3 Uji t

Berdasarkan pengujian uji t, hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 14
Hasil Uji t (5%)

Variabel	t_{hitung}	Sig	Sig (α 5%)
<i>Service Quality</i> (X_1)	1,992	0,048	0,05
<i>Word Of Mouth</i> (X_2)	2,035	0,045	0,05

Berdasarkan hasil olah data yang disajikan dalam tabel diatas maka dapat di ambil kesimpulan bahwa hasil uji secara parsial terdapat pengaruh signifikan pada level signifikansi 5%. Secara rinci uji pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent adalah sebagai berikut :

- 1) Pengaruh variabel *Service Quality* (X_1) terhadap keputusan nasabah (Y)
Keputusan :
Karena nilai signifikansi variabel *Service Quality* (0,048) lebih besar daripada signifikansi 5%. (0,05), maka H_0 diolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan *Service Quality* (X_1) terhadap keputusan nasabah (Y).
- 2) Pengaruh variabel *Word Of Mouth* (X_2) terhadap keputusan nasabah (Y)
Keputusan :

Karena nilai signifikansi variabel *Word Of Mouth* (0,045) lebih kecil daripada signifikansi 5%. (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya

terdapat pengaruh signifikan *Word Of Mouth* (X_2) terhadap keputusan nasabah (Y).

3.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan pengujian uji koefisien determinasi (R^2), hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 15

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,650 ^a	0,462	0,443	1,871	2,029

a. *Predictors: (Constant), Word Of Mouth, Service Quality*

b. *Dependent Variable: keputusan nasabah*

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,443 tersebut menunjukkan arti bahwa determinasi variabel *Service Quality* (X_1), dan *Word Of Mouth* (X_2), dalam mempengaruhi keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 44,3%. Nilai sebesar ini mengindikasikan bahwa model yang digunakan untuk menjelaskan kinerja dengan data *cross section* cukup baik, karena mencapai 44,3%. Sisanya sebesar 56,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model..

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Service Quality* dan *Word Of Mouth* berpengaruh secara partial dan signifikan terhadap keputusan nasabah , sehingga hipotesis kedua dapat diterima
2. *Service Quality* , dan *Word Of Mouth* berpengaruh secara partial dan signifikan terhadap keputusan nasabah , sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.