

PENGARUH LAYANAN CASH DEPOSIT MACHINE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk. CABANG AHMAD YANI MAKASSAR

Ibrahim Bazergan*)

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Nitro Makassar

ariosanty78@gmail.com

***Abstract :** The purpose of this study is to determine the effect of Cash Deposit Service Machine on Customer Satisfaction At PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Ahmad Yani Makassar Branch. This research was conducted at Branch Office of BRI Makassar, using simple regression analysis method, likert scale, instrument test consisting of validity and reliability test, and partial hypothesis test (t test). The results showed that Cash Deposit Service Service has a positive and significant effect on Customer Satisfaction PT. BRI Branch Ahmad Yani Makassar.*

***Keywords:** CDM Service and Customer Satisfaction.*

***Abstrak :** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Layanan Cash Deposit Machine Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar. Penelitian ini dilakukan pada Kantor Cabang BRI Makassar, dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana, skala likert, uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, dan uji hipotesis yaitu parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Layanan Cash Deposit Machine berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. BRI Cabang Ahmad Yani Makassar.*

***Kata Kunci:** Layanan CDM dan Kepuasan Nasabah*

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, dunia perbankan sudah banyak mengalami perubahan dalam hal perkembangan teknologi. Banyaknya bank pada saat ini telah menimbulkan persaingan untuk mendapatkan nasabah. Persaingan dalam bentuk produk, jasa dan pelayanan semakin membuat masyarakat lebih cermat dan teliti dalam memilih bank sebagai tempat penyimpanan dananya.

Bank harus mampu menciptakan inovasi baru terhadap produk, jasa pelayanan serta fasilitas yang menunjang kemajuan bank tersebut, agar bank mampu menarik perhatian nasabah. Salah satu cara yang digunakan bank untuk meningkatkan jumlah nasabah diantaranya dapat dilakukan dengan

memberikan fasilitas yang menarik untuk nasabah dan memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan setiap transaksi keuangannya kapan dan di mana saja.

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Sumarni, 2002). Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melampaui harapan, maka pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia. Ciri-ciri jika kepuasan seorang nasabah telah tercapai adalah nasabah merasa kebutuhannya terpenuhi. Dalam hal ini

kepuasan nasabah terhadap fasilitas yang diberikan oleh bank adalah dengan setia menggunakan produk atau jasa layanan dari bank.

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keandalan produk jasa bank yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan bank. Keandalan produk terkait dengan kualitas produk tersebut. Kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan nasabah. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi. Oleh karena itu, program penyempurnaan kualitas pada umumnya meningkatkan profitabilitas. Dalam hal ini diasumsikan nasabah mempunyai suatu fungsi utilitas (*Utility Function*) untuk setiap atribut. Fungsi utilitas menjelaskan bagaimana kepuasan produk/jasa bagi masing-masing nasabah bervariasi pada tingkat yang berbeda dari setiap atribut. Sebagai ilustrasi mungkin seorang nasabah berharap kepuasan atau kesenangannya menjadi nasabah tabungan suatu bank meningkat dengan adanya tawaran-tawaran layanan jasa tambahan seperti *Cash Deposit Machine* (CDM), auto debet untuk tagihan-tagihan rekening PAM, Telpon, Listrik dan juga bisa digunakan kartu belanja (Visa-electron) yang dilengkapi dengan ATM. Apabila semua dikombinasikan tingkat atribut di mana utilitasnya tertinggi, hasilnya adalah bank yang ideal bagi nasabah tersebut. Perkembangan pesat teknologi informasi dan globalisasi mendukung bank untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah secara aman, nyaman dan efektif, di antaranya melalui media elektronik atau dikenal dengan *e-banking*. Elektronik *banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui *alternative delivery channel* media elektronik seperti *Automatic Teller Machine* (ATM), *Phone Banking*, *Electronic Fund Transfer*

(*EFT*), *Electronic Data Capture* (*EDC*), *Internet Banking* dan *Mobile Banking*.

Melalui *e-banking*, nasabah bank pada umumnya dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan berbagai peralatan elektronik seperti *personal computer*, *personal digital assistant*, anjungan tunai mandiri (ATM), kios, atau *telephone*. Dalam memberikan pelayanan *e-banking*, bank dapat menyediakan layanan yang bersifat informasi, komunikatif, dan/atau transaksi. Penyediaan layanan *e-banking* hendaknya memerhatikan prinsip *prudential banking*, prinsip pengamanan dan terintegrasinya sistem teknologi informasi, *cost effectiveness*, perlindungan nasabah yang memadai serta searah dengan strategi bisnis bank.

Hingga saat ini ATM menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern dengan segala fasilitas yang di berikan mulai dari penarikan, transfer, pembayaran rekening-rekening lain seperti listrik, telepon, membayar kuliah dan sebagainya, atau penarikan dengan sistem ATM bersama. Berbagai fasilitas yang telah disediakan Bank tersebut berguna untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangannya, hingga belakangan ini muncul pula ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal pula dengan *Cash Deposit Machine*.

(CDM) atau dalam praktik keseharian bank disebut pula dengan *Automatic Deposit Machine* (ADM). *Cash Deposit Machine* adalah suatu mesin yang didesain sedemikian rupa sehingga bisa untuk transaksi setoran tunai dengan nominal tertentu. CDM merupakan salah satu solusi yang tepat untuk membantu nasabah dalam melakukan transaksi setoran tunai melalui suatu mesin. Dimana fasilitas CDM bertujuan untuk transaksi penyetoran yang dapat dilakukan kapan saja tanpa harus mengantri di *teller* dan tanpa harus mengisi form setoran uang.

CDM sebenarnya sama saja dengan ATM lain oleh karena itu sifatnya hampir sama seperti ATM, namun CDM hanya mampu

melakukan transaksi penyetoran saja tidak dapat melakukan transaksi penarikan tunai. Sebagai bukti bahwa nasabah telah melakukan penyetoran sejumlah uang melalui CDM, maka mesin akan mencetak struk (tanda terima) dari hasil transaksi penyetoran uang dari mesin CDM tersebut. Struk akan berisikan jumlah uang yang disetor dan rekening tujuan/penerima.

Salah satu bank yang menyediakan layanan *Cash Deposit Machine* adalah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ahmad Yani Makassar. Dimana CDM yang disediakan BRI Cabang Ahmad Yani Makassar ini merupakan media elektronik *alternative delivery channel*, yang diharapkan mampu memberikan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan transaksi keuangannya khususnya dalam penyetoran uang tunai setiap saat digerei ATM BRI yang didalamnya juga menyediakan fasilitas CDM. Bank Rakyat Indonesia Cabang Ahmad Yani Makassar dalam memberikan fasilitas CDM ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi keuangannya, apabila nasabah puas terhadap fasilitas yang diberikan bank maka nasabah akan kembali lagi ke bank tersebut lain waktu atau bahkan merekomendasikan bank tersebut ke pihak-pihak lainnya.

Melihat pentingnya CDM dalam memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi keuangan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Layanan *Cash Deposit Machine* (CDM) Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar”.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah : “Apakah layanan *Cash Machine Deposit* (CDM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar”

Tujuan Penelitian

Tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah layanan *Cash Deposit Machine* (CDM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar.

LANDASAN TEORI

Pengertian Bank

Bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk asset keuangan (*financial assets*) serta bermotifkan profit dan juga social, jadi bukan hanya keuntungan saja (Hasibuan, 2003:2). Menurut *Dictionary of Banking and Financial Service* by Jerry Rosenberg, bank adalah lembaga yang menerima simpanan giro, deposito dan membayar atas dasar dokumen yang ditarik pada orang atau lembaga tertentu, mendiskonto surat berharga, dan menanamkan dananya dalam surat berharga (Taswan, 2006:4).

Berdasarkan PSAK No. 31, Bank adalah suatu lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*Financial Intermediary*) antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana (*Surplus Unit*) dengan pihak-pihak yang memerlukan dana (*Deficit Unit*), serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran.

Menurut Kuncoro (2002:68), definisi dari bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Oleh karena itu, dalam melakukan kegiatan usahanya sehari-hari bank harus mempunyai dana agar dapat memberikan kredit kepada masyarakat. Dana tersebut dapat diperoleh dari pemilik bank (pemegang saham), pemerintah, Bank Indonesia, pihak-pihak di luar negeri, maupun masyarakat dalam negeri. Dana-dana

masyarakat ini dihimpun oleh bank dengan menggunakan instrumen produk simpanan yang terdiri dari Giro, Deposito dan Tabungan.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan disebutkan bahwa, perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Bank merupakan suatu badan usaha yang memberikan jasa keuangan dalam menghimpun dana dari masyarakat baik dalam bentuk simpanan atau bentuk lainnya dan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana dengan tujuan mensejahterahkan kehidupan rakyat.

Pengertian Nasabah

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi (*walk-in-customer*). Menurut Kasmir (2008:94), nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank. Sedangkan menurut Dendawijaya (2005:6), nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Selain itu Dendawijaya menyatakan bahwa nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan uangnya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan.

Definisi nasabah baru dapat direalisasikan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian yaitu:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank

dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan konsumen (Rangkuti, 2013:7). Menurut (Yamit Zulian, 2005:78) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja.

Kemudian menurut (Kotler dan Keller, 2009:139), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan maka pembelinya merasa kurang puas atau kecewa, demikian pula sebaliknya.

Kepuasan nasabah/pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk/ hasil yang ia rasakan dengan harapannya (Sumarni, 2002). Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan.

Engel JF (1994) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen sedangkan ketidakpuasan konsumen muncul apabila hasil

tidak memenuhi harapan. Keuntungan atas pelanggan yang puas, yaitu:

- a. Tetap setia lebih lama.
- b. Membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk-produk yang ada.
- c. Membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya.
- d. Memberi perhatian yang lebih sedikit kepada merek-merek dan iklan-iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga
- e. Biaya pelayanannya lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan pelanggan baru karena adanya transaksi sudah rutin.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan bank untuk mengukur dan memantau kepuasan nasabah dan pesaingnya. (Sumami 2002) mengidentifikasi empat metode untuk memantau kepuasan nasabah, yaitu:

- a) Sistem Keluhan dan Saran
Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, dan lain-lain.
- b) Survei Kepuasan Nasabah
Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, *e-mail*, *website*, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberi kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya
- c) Pembelanja Hantu (*Ghost Shopper*)
Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mengirim karyawan untuk berpura-pura menjadi nasabah bank

pesaing dan kemudian membandingkan layanan bank pesaing dengan layanan bank sendiri.

- d) Nasabah yang Sudah Tidak Membeli Lagi

Sedapat mungkin bank menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau berpindah kepada bank pesaing agar dapat mengetahui mengapa hal itu terjadi, apakah tarif jasa terlalu mahal, produk kurang dapat diandalkan, atau pelayanan kurang memuaskan. Di samping itu bank harus mengetahui tingkat kehilangan nasabah (*Customer Lost Rate*) yang apabila meningkat berarti bank gagal dalam memuaskan nasabahnya.

Pengertian *Cash Deposit Machine*

Cash Deposit Machine (CDM) adalah mesin yang digunakan untuk menerima setoran tunai dengan nominal tertentu secara otomatis selama 24 jam dan diakses dengan menggunakan kartu (Kasmir 2002). Adapun kelebihan, kekurangan, fitur, dan cara menggunakan CDM sebagai berikut:

Kelebihan CDM

- 1) Transaksi langsung masuk saat itu juga (*real time*).
- 2) Mengurangi antrian setoran di bank.
- 3) Menambah *delivery channel* ATM.
- 4) Meningkatkan efisiensi waktu (tidak mengisi formulir setoran).
- 5) Memudahkan nasabah melakukan setoran di mana saja, 24 jam sehari, 7 hari seminggu dan sepanjang tahun.
- 6) Dapat melakukan transfer ke sesama dan antar bank
- 7) Kemudahan penggunaan dan proses yang cepat.
- 8) Tidak terdapat biaya administrasi tambahan.
- 9) Memberi rasa aman (*privacy*) karena setoran tidak diketahui oleh *teller*.

Kekurangan CDM

- 1) Tidak menerima setoran lebih dari Rp 5.000.000 per hari.

- 2) Tidak menerima pecahan uang tertentu Rp 5.000, Rp 10.000 atau pecahan bilangan tertentu.
- 3) Tidak dapat mencetak buku tabungan.
- 4) Jenis uang kertas yang dimasukkan ke mesin harus yang mulus bebas dari lubang dan staples.
- 5) Mesin mengalami gangguan teknis baik ringan/berat.

Fitur CDM BRI

- 1) Sistem *bundle*.
- 2) Bisa disortir berdasarkan denominasi (Rp 20.000, Rp 50.000, Rp 100.000), uang tidak boleh distaples, tidak dilubangi, tidak diselotip, tidak lusuh.
- 3) Jam layanan 24 jam sehari, sepanjang tahun.
- 4) Maksimal setoran per transaksi adalah 50 lembar.
- 5) Limit transaksi perhari Rp. 5.000.000,-

Cara Menggunakan CDM

- 1) Masukkan kartu ATM.
- 2) Masukkan PIN (*Personal Identification Number*).
- 3) Masukkan uang tunai ke dalam “laci” CDM
- 4) CDM akan mengecek keaslian uang dan melakukan proses perhitungan jumlah uang tunai dan akan segera memberikan konfirmasi jumlah pecahan dan total setoran.
- 5) Jika nasabah setuju, maka uang tunai akan diproses CDM sebagai transaksi setoran.
- 6) Mesin CDM segera memprosesnya dan bila berhasil akan keluar struk sebagai bukti transaksi.

- 7) Transaksi telah berhasil
- #### METODE PENELITIAN

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* dimana teknik pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan yaitu nasabah yang ditemui pada saat pengambilan sampel khusus nasabah yang menggunakan layanan CDM.

Agar sampel yang diambil dalam penelitian dapat mewakili populasi maka ditentukan jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = 1 + N(e)^2$$

Di mana:

- n : Jumlah Sampel
 N : Jumlah Populasi
 e : Tingkat kesalahan sampel 10%

Jadi besarnya sampel yaitu:

$$n = 97,30 \text{ responden}$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan hasil perhitungan penarikan sampel sebanyak 97 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden yang merupakan nasabah BRI Cabang Ahmad Yani Makassar yang telah menggunakan layanan CDM

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh layanan CDM terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh dengan program SPSS (*Statistical Product and Service solution*) dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1. Hasil Regresi sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0.889	0.262		3.397	.001
	LAYANAN CDM	0.710	0.065	0.742	10.946	.000

Sumber data: Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel 1, model analisis regresi linear sederhana

yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,889 + 0,710X + e$$

Dari persamaan regresi tersebut, hasil regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 0,889 yang berarti bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel independen, nilai kepuasan nasabah sebesar 0,889 atau 88,9%.
- 2) Koefisien regresi variabel Layanan CDM (X) menunjukkan angka 0,710 yang berarti bahwa setiap nilai peningkatan layanan CDM sebesar 1 akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,710 atau 71,0%.

Uji Instrumen

- 1) Hasil Uji Validitas

Tabel. 2 Rekapitulasi hasil uji validitas

Variabel	Item	Sign	Ket.
X	X1.1	0.000	Valid
	X1.2	0.000	
	X1.3	0.000	
	X1.4	0.000	
	X1.5	0.000	
Y	Y1.1	0.000	
	Y1.2	0.000	
	Y1.3	0.000	
	Y1.4	0.000	
	Y1.5	0.000	

Sumber data: Data diolah menggunakan SPSS 22

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa apabila variabel memiliki nilai Sign di bawah 0.05 maka instrument tersebut valid. Variabel Layanan CDM (X) yang terdiri dari X11 memiliki nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$, X12 dengan nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$, X13 dengan nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$, X14 dengan nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$ dan X15 dengan nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel X valid karena nilai sign dibawah 0,05.

Variabel Kepuasan nasabah (Y) yang terdiri dari Y11 memiliki nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$, Y12 dengan nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$, Y13 dengan nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$, Y14 dengan nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$ dan Y15 dengan nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel Y valid karena nilai sign dibawah 0,05.

- 2) Hasil Uji Realibilitas

Tabel 3 Hasil uji Realibilitas

Variabel	Item	Alpha cronbach's	Keterangan
X	X1.1	0.675	Realibel
	X1.2		
	X1.3		
	X1.4		
	X1.5		
Y	Y1.1	0.63	Realibel
	Y1.2		
	Y1.3		
	Y1.4		
	Y1.5		

Sumber data: Data diolah menggunakan spss 22

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa apabila variabel memiliki nilai Alpha cronbach's di atas 0.06 maka instrument tersebut realibel.

Pada uji realibel, nilai *alpha cronbach's* pada variabel X sebesar $0,675 > 0,6$ maka X dinyatakan realibel

dan nilai *alpha cronbach's* pada variabel Y sebesar $0,630 > 0,6$ maka variabel Y dinyatakan realibel.

c. Uji t (Uji Hipotesis)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji t). Nilai

probabilitas (sig) diperoleh dengan menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS versi 22.

Perumusan hipotesis untuk pengambilan keputusan

1) H_0 : Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) H_a : Variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- Berdasarkan nilai probabilitas
- Jika probabilitas (sig) $> \alpha = 0,05$, maka H_0 di terima dan H_a ditolak.
- Jika probabilitas (sig) $< \alpha = 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima

Tabel 4 Hasil pengujian t statistic

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.889	0.262		3.397	.001
	LAYANAN	0.710	0.065	0.742	10.946	.000

Sumber data: Data diolah menggunakan SPSS 22

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa variabel Layanan CDM menghasilkan nilai probabilitas (sig) = 0,000 $<$ 0,05, maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Dengan demikian, variabel Layanan CDM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R square) menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependennya. Apabila nilai R square makin mendekati satu, maka variabel-variabel independennya telah memberikan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS 22, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.742 ^a	.550	.545	.37939	.550	119.810	1

Sumber data: data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22 tersebut, koefisien determinasi (R square) sebesar 0.550 atau 55% yang berarti setiap perubahan kepuasan nasabah yang dapat di jelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 55% dan sisahnya 45% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini menguraikan pengaruh variabel independen

(*Layanan Cash Deposit Machine*) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar.

Pengaruh Layanan CDM (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Layanan CDM menghasilkan nilai probabilitas (Sig) = 0,000 $<$ 0,05, maka H_0 ditolak

dan H_a diterima. Koefisien regresi variable Layanan CDM (X) menunjukkan angka 0,710 yang berarti bahwa setiap peningkatan layanan CDM sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,710 atau 71%. Dengan demikian variabel layanan CDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Layanan Cash Deposit Machine* (CDM) yang di sediakan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar sangat membantu nasabah dalam transaksi khususnya penyetoran tunai, hal tersebut dapat terlihat dari beberapa kelebihan yang diberikan CDM dimana kelebihan CDM tersebut antara lain yaitu transaksi langsung masuk saat itu juga (*realtime*), jadi nasabah tidak perlu lagi menunggu transaksi hingga masuk ke rekening tujuan dan nasabah dapat langsung menggunakannya, nasabah tidak perlu lagi anti dan bertemu langsung dengan teller untuk bertransaksi, dapat mengurangi antrian setoran di Bank, dimana nasabah yang menggunakan layanan CDM BRI ini adalah sebagian besar nasabah yang ingin menghindari antrian yang panjang, hal ini jelas menjadi salah satu pertimbangan karena jika dibandingkan dengan transaksi melalui teller di kantor cabang utama bank BRI manapun pasti akan mengalami antrian yang cukup panjang, meningkatkan efisiensi waktu (tidak mengisi formulir setoran), jadi nasabah tidak perlu lagi mengambil formulir setoran dan mengisi formulir setoran tersebut, memudahkan nasabah melakukan setoran dimana saja, 24 jam sehari, 7 hari seminggu dan sepanjang tahun, nasabah tidak perlu lagi menunggu jam operasional bank untuk dapat melakukan transaksi sehingga walaupun hari libur nasabah dapat melakukan transaksi melalui layanan mesin CDM, nasabah juga dapat melakukan transfer ke sesama

dan antar bank, selanjutnya proses yang cepat.

Di mana karena proses yang cepat yang disediakan pada CDM ini sebagian besar diminati oleh nasabah yang berprofesi sebagai PNS ataupun pekerja swasta dengan berbagai macam aktifitas pekerjaan yang padat sehingga membutuhkan waktu yang instan saat bertransaksi perbankan. Karena para nasabah sangat membutuhkan waktu bertransaksi yang instan sehingga menggunakan layanan CDM BRI. Selanjutnya dengan fitur-fitur yang terdapat dalam CDM juga membantu nasabah dalam bertransaksi setor tunai, karena fitur yang terdapat dalam layanan CDM sangat mudah di mengerti dan dipahami oleh nasabah sehingga nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi melalui layanan CDM, serta tidak terdapat biaya administrasi. CDM juga memberi rasa aman (*privacy*) karena setoran tidak diketahui oleh *teller*, dengan menggunakan layanan CDM nasabah lebih merasa aman, hal tersebut dikarenakan hanya nasabah yang bersangkutan yang mengetahui jumlah nominal transaksi yang dilakukan, berbeda halnya apabila nasabah melakukan transaksi melalui teller, bukan hanya nasabah yang mengetahui jumlah nominal transaksi yang dilakukan, namun *teller* juga mengetahui jumlah transaksi yang dilakukan, karena hal itu dengan penggunaan layanan CDM akan memberi rasa aman/*privacy* kepada nasabah (Kasmir, 2002). Tingkat kepuasan nasabah yang dapat diketahui dengan adanya penilaian terhadap kinerja layanan CDM BRI. Kepuasan nasabah pengguna layanan CDM BRI dapat tercapai bila kinerja layanan CDM BRI tersebut memenuhi harapan atau kepentingan para nasabahnya.

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya (Sumarni, 2002).

Dari pengertian diatas maka manfaat dari CDM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan *Cash deposit machine*, nasabah merasa puas setelah nasabah membandingkan kinerja atau hasil dari layanan CDM dengan harapannya, hal tersebut dilihat dari beberapa manfaat penggunaan CDM yang dapat dirasakan nasabah. Pada penelitian ini terlihat bahwa layanan CDM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar.

Adapun hasil penelitan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis dalam penelitiannya dengan judul “Peranan *Cash Deposit Machine* (CDM) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Pada PT. Bank SUMUT Cabang Utama Medan”. Dimana, peranan CDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SUMUT Cabang Utama Medan.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Layanan *Cash Deposit Machine* (CDM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar.
2. Hasil uji t (parsial) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa layanan *Cash Deposit Machine* (CDM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dimana nilai sig < 0.05. Sehingga dari analisis data yang telah dilakukan dapat dikatakan hipotesis diterima.

SARAN

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis menarik beberapa saran sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan yaitu sebagai berikut :

Bagi Perusahaan

Disarankan kepada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar:

- a. Agar pecahan uang (rincian uang) yang diterima oleh *Cash Deposit Machine* (CDM) dapat lebih dikembangkan pada pecahan-pecahan yang lebih kecil seperti pecahan Rp. 10.000, dan Rp. 5000, sehingga nasabah penabung dengan saldo yang terbatas dapat lebih banyak disertakan untuk menggunakan pelayanan mesin CDM.
- b. Jumlah mesin CDM dapat ditambahkan pada lokasi yang strategis mengingat nasabah tabungan yang meningkat dari waktu ke waktu.
- c. Agar dilakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat dan nasabah terkait penggunaan mesin CDM, dimana hal ini sekaligus merupakan alat promosi bagi bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Dendawijaya, Lukman 2005. Manajemen Perbankan. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, Malayu 2004. Dasar-dasar Perbankan, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- JF, Engel 1994. Perilaku Konsumen, Jakarta : Binarupa Aksara. Kasmir, 2002. Manajemen Perbankan. Jakarta.
- , 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi ketiga belas*. Jakarta : Erlangga.
- , 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi ketiga belas*. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, 2002. *Manajemen Perbankan : Teori dan Aplikasi, edisi pertama*, BPFE, Yogyakarta.
- Lovelock dan Wright, 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Indeks, Indonesia*.
- Rangkuti, 2013. *Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Siregar, Syofian 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono, 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- , 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank. Edisi kelima, cetakan pertama*, Liberty, Yogyakarta.
- Taswan, 2006. *Manajemen Perbankan*. Yogyakarta: UPP STIM YPKP
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bank Indonesia, 1998. *Undang – Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Peraturan Bank Indonesia. *Undang – Undang No.8/5/PBI Tahun 2006 tentang Mediasi Perbankan*.
- Undang – Undang No.7 Tahun 2011 tentang Mata Uang.
www.Ips.go.id
<https://prezi.com/m/6vw1q4idfuxb/cdm>