

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berminat melakukan transaksi di BRI Unit Pajalele Kec.Lembang Kab.Pinrang dengan 50 sampel dan metode yang digunakan adalah dengan memberikan angket atau kuesioner kepada masyarakat/responden.

B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki-laki	14	28
Perempuan	36	72

Data diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, laki-laki sebanyak 14 orang dengan persentase 28% sedangkan perempuan sebanyak 36 orang dengan persentase 72% dengan total keseluruhan responden sebanyak 50 orang.

2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Usia

Usia Responden	Jumlah	Persentase
<25 Tahun	18	36
25-30 Tahun	9	18
31-40 Tahun	14	28
>40 Tahun	9	18

Data diatas menunjukkan responden yang berusia <25 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase 36%, berusia 25-30 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 18%, berusia 31-40 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 28%, dan yang berusia >40 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 18%.

3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	4	8
Pelajar/Mahasiswa	5	10
Wiraswasta	2	4
Petani	7	14
Honorar	9	18
IRT	19	38
Karyawan Swasta	4	8

Data diatas menunjukkan responden yang memiliki pekerjaan PNS sebanyak 4 orang dengan persentase 8%, Pelajar/Mahasiswa sebanyak 5 orang dengan persentase 10%, Wiraswasta sebanyak 2 orang dengan persentase 4%, Petani sebanyak 7 orang dengan persentase 14%, Honorar sebanyak 9 orang dengan persentase 18%, IRT sebanyak 19 orang dengan persentase 38%, dan Karywan Swasta sebanyak 4 orang dengan persentase 8%.

4. Sejarah BRI Unit Pajalele Kec. Lembang Kab. Pinrang

Pada awal berdirinya BRI Unit Pajalele bukan sebuah unit tetapi Teras BRI Pajalele yang dinaungi oleh Unit Tadokkong. Namun seiring dengan berjalannya waktu jumlah nasabah yang melakukan transaksi di teras BRI Pajalele semakin meningkat sehingga sudah menyamahi transaksi di unit maka diusulkan untuk

dibentuk menjadi BRI Unit Palele pada tahun 2011. Pada Tahun 2016 BRI Unit Pajalele dialihkan dari cabang BRI Pinrang ke cabang BRI Polewali karena faktor jarak yang lebih dekat.

C. Visi dan Misi BRI

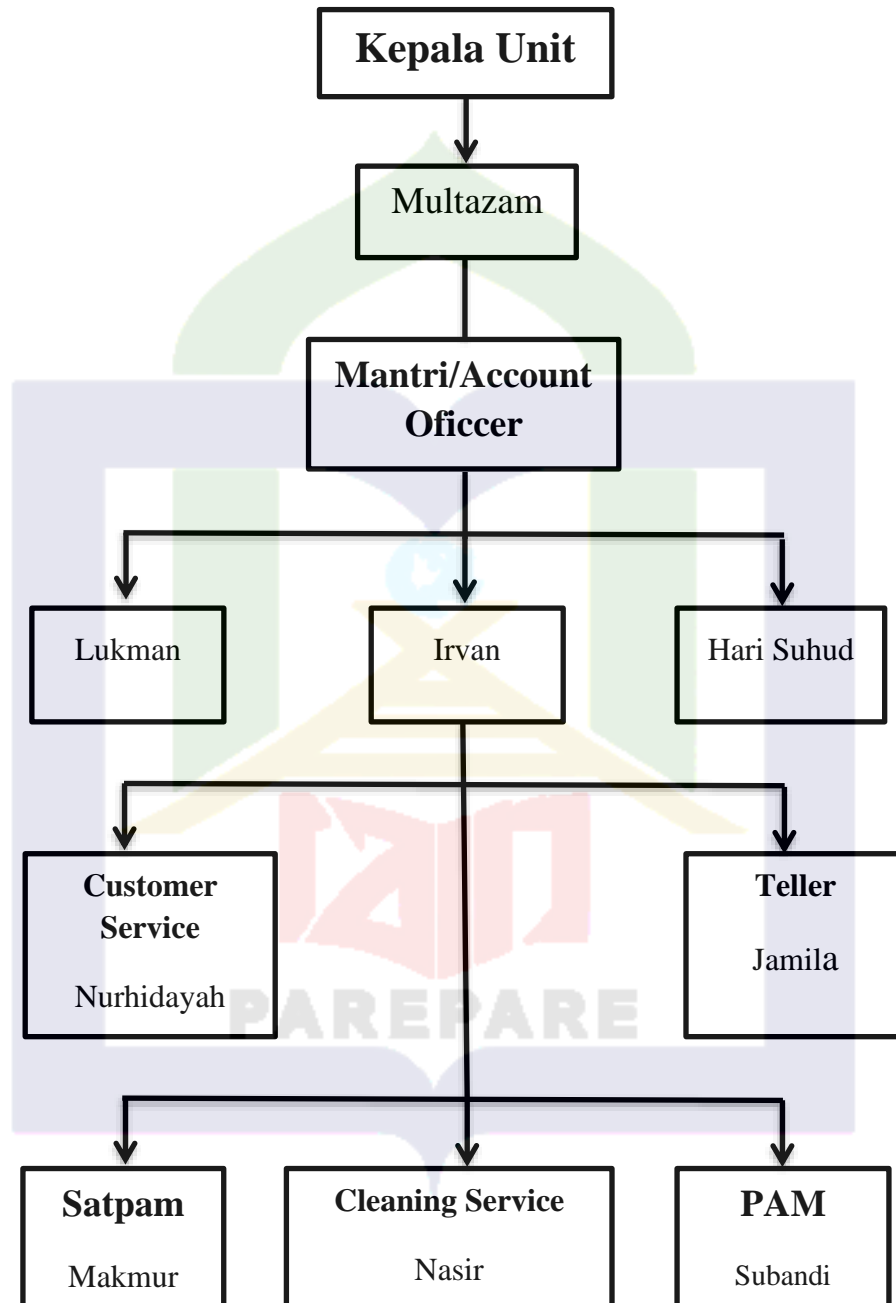
1. Visi BRI

Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

2. Misi BRI

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek *Good Corporate Governance (GCG)* yang sangat baik.
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*)

D. Struktur Organisasi BRI Unit Pajalele Kec. Lembang Kab. Pinrang.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi BRI Unit Pajalele

E. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang digunakan untuk mengukur apa yang diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan computer menggunakan program SPSS for Windows Versi 21. Uji validitas data variabel faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dengan penelitian ini pengujian validitas hanya dilakukan terhadap 50 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,284 maka item pernyataan dinyatakan valid pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Adapun hasil uji validitas dari setiap variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.4 Data hasil penelitian variabel X dan Y

No	Nama Masyarakat	X	Y
1	Sitti Aminah	33	36
2	Novita Sari. A	38	31
3	Sapiria	37	31
4	Nur Hikmah	34	32
5	Ayu Andira	35	30
6	Rahmi	33	30
7	Nur Haya	39	34
8	Rahmawati	40	32
9	Aslan	29	31
10	Dahlia	35	32
11	Muh. Abdurrahman	38	39
12	Ratnawati	31	28
13	Sanwiah	38	37
14	Rosnita	35	35
15	Jemmi	37	35
16	Irmayanti	35	35
17	Ernawati	32	29
18	Ika	34	35
19	Awaluddin	32	34
20	Uliana Mentari	40	32
21	Adam	37	32
22	Amran Mukhtar	38	37

No	Nama Masyarakat	X	Y
23	Nismawati	30	31
24	Jumriati	36	36
25	Reski Alnamira	40	35
26	Darawati	35	28
27	Muh. Nasir	36	34
28	Salmawati	36	36
29	Syahrul Ramadhan	35	34
30	Satriani	36	34
31	Muntaha Umar	37	37
32	Jumria	37	35
33	Mia	36	29
34	Sahabuddin	35	34
35	Hasni	36	35
36	Sitti	38	36
37	Sultan	37	38
38	Lindasari	36	33
39	Heryanti	37	38
40	Jasman	33	30
41	Surianti	37	37
42	Bahar. K	40	37
43	Ismi Septiana	40	37
44	Abd. Rahim	35	35
45	Irfan	31	32
46	Hj. Rusmini. S.AP	33	32
47	Hadrah, S.pd	37	35
48	Radia	40	38
49	Samsidar	32	32
50	Suwasti	40	38
	Jumlah	1791	1693

Sumber Data : BRI Unit Pajalele Kac. Lembang Kab. Pinrang

Tabel 4.5 Hasil Deskriptive Statistik Variabel X dan Y
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X	35,82	2.797	50
Y	33.86	28,79	50

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Kualitas layanan *Customer service* (X)
Correlations X

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	skor_item
item1	Pearson Correlation	1	.596*	.330*	-.088	.135	.301*	.448*	.135	.559**
	Sig. (2-tailed)		.000	.019	.545	.352	.034	.001	.352	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	.596*	1	.327*	.184	.007	.297*	.451*	.194	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.200	.959	.036	.001	.176	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item3	Pearson Correlation	.330*	.327*	1	.282*	.249	.420*	.583*	.308	.708**
	Sig. (2-tailed)	.019	.021		.047	.081	.002	.000	.030	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	-.088	.184	.282*	1	.411*	.249	.137	.277	.487**
	Sig. (2-tailed)	.545	.200	.047		.003	.081	.343	.052	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	.135	.007	.249	.411*	1	.566*	.394*	.269	.623**
	Sig. (2-tailed)	.352	.959	.081	.003		.000	.005	.059	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Skor_item
item6	Pearson Correlation	.301*	.297*	.420*	.249	.566*	1	.496*	.272	.733**
	Sig. (2-tailed)	.034	.036	.002	.081	.000		.000	.056	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item7	Pearson Correlation	.448*	.451*	.583*	.137	.394*	.496*	1	.102	.729**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.343	.005	.000		.482	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item8	Pearson Correlation	.135	.194	.308*	.277	.269	.272	.102	1	.526**
	Sig. (2-tailed)	.352	.176	.030	.052	.059	.056	.482		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
skor_item	Pearson Correlation	.559*	.600*	.708*	.487*	.623*	.733*	.729*	.526**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dasar Pengambilan Keputusan:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = Valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Correlation* r_{hitung} 0,559 > r_{tabel} 0,284 pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Correlation* r_{hitung} 0,600 > r_{tabel} 0,284 pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini

berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,709 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,487 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,623 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,733 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,729 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,526 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini

berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Jawaban seluruh responden untuk variabel X mengenai kualitas layanan customer service hasil perhitungan dari 50 responden berdasarkan anget atau koesioner yang diberikan yaitu sejumlah 1791 untuk variabel kualitas layanan *customer service*.

Tabel 4.7 Hasil Statistic Deskriptif Variabel Kualitas Layanan *Customer Service*.

Statistics		X
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		35.82
Std. Error of Mean		.396
Median		36.00
Mode		37
Std. Deviation		2.797
Variance		7.824
Skewness		-.390
Std. Error of Skewness		.337
Kurtosis		-.300
Std. Error of Kurtosis		.662
Range		11
Minimum		29
Maximum		40
Sum		1791

Pada tabel statistic diatas dapat diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan skor jawaban dari item pernyataan kualitas layanan *customer service* (variabel X)

berada pada angka 29 – 40 dengan skor rata-rata (mean) 35.82, median sebesar 36,00, variance sebesar 7,824, standar deviasi sebesar 2,797.

Tabel 4.8 distribusi frekuensi variabel kualitas layanan *customer service*

(X)

		X			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	29	1	2.0	2.0	2.0
	30	1	2.0	2.0	4.0
	31	2	4.0	4.0	8.0
	32	3	6.0	6.0	14.0
	33	4	8.0	8.0	22.0
	34	2	4.0	4.0	26.0
Valid	35	8	16.0	16.0	42.0
	36	7	14.0	14.0	56.0
	37	9	18.0	18.0	74.0
	38	5	10.0	10.0	84.0
	39	1	2.0	2.0	86.0
	40	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sesuai dengan histogram diatas dengan jumlah responden untuk skor 29, 30 dan 39 masing-masing memiliki 1 frekuensi (2,0%), sedangkan skor 31 dan 34 masing-masing memiliki 2 frekuensi (4,0%), sedangkan skor 32 masing-masing memiliki 3 frekuensi (6,0%), sedangkan skor 33 masing-masing memiliki 4 frekuensi (8,0%), sedangkan skor 38 masing-masing memiliki 5 frekuensi (10,0%), sedangkan skor 36 dan 40 masing-masing memiliki 7 frekuensi (14,0%), sedangkan skor 35 masing-masing memiliki 8 frekuensi (16,0%). sedangkan skor 37 masing-masing memiliki 9 frekuensi (18,0%), Penentuan kategori dari skor kualitas pelayanan

customer service dilakukan dengan menggunakan kriteria bentuk persentase sebagai berikut:

80% - 100% kategori sangat baik

66% - 79% kategori baik

56% - 65% kategori cukup

40% - 55% kategori buruk

<39 % kategori sangat buruk.

Skor total variabel kualitas pelayanan *customer service* yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 1791 skor teoritik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $8 \times 5 = 40$, karena jumlah responden 50 masyarakat, maka skor kriterium adalah $40 \times 50 = 2000$. Sehingga, kualitas pelayanan *customer service* adalah $1791 : 2000 = 0.8955$ atau 89% dari kriterium yang ditetapkan. Jadi, dapat disimpulkan kualitas pelayanan *customer service* mempunyai klasifikasi yang termasuk kategori sangat baik.

Tabel 4.9 Uji Validitas Minat Masyarakat (Y)

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	skor_item
item1	Pearson Correlation	1	.499*	.365*	.153	.105	.234	.279	.211	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.287	.468	.101	.050	.141	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	.499*	1	.545*	.052	.170	.247	-.138	-.172	.419**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.720	.237	.083	.338	.232	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Skor_i tem
item3	Pearson Correlation	.365*	.545*	1	.011	.391*	.392*	.028	-.096	.540**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.941	.005	.005	.844	.508	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	.153	.052	.011	1	.354*	.347*	-.069	-.093	.336*
	Sig. (2-tailed)	.287	.720	.941		.012	.014	.635	.522	.017
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	.105	.170	.391*	.354*	1	.382*	-.031	-.122	.425**
	Sig. (2-tailed)	.468	.237	.005	.012		.006	.832	.397	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item6	Pearson Correlation	.234	.247	.392*	.347*	.382*	1	-.138	-.230	.404**
	Sig. (2-tailed)	.101	.083	.005	.014	.006		.338	.108	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item7	Pearson Correlation	.279	-.138	.028	-.069	-.031	-.138	1	.838*	.642**
	Sig. (2-tailed)	.050	.338	.844	.635	.832	.338		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item8	Pearson Correlation	.211	-.172	-.096	-.093	-.122	-.230	.838*	1	.550**
	Sig. (2-tailed)	.141	.232	.508	.522	.397	.108	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
skor_item	Pearson Correlation	.662*	.419*	.540*	.336*	.425*	.404*	.642*	.550*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.017	.002	.004	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dasar Pengambilan Keputusan:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = Valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,662 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,419 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,540 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,336 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,425 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,404 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,642 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitasi dari kedelapan butir pernyataan di peroleh *Corrected Item Total Corelation* $r_{hitung} 0,550 > r_{tabel} 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Jawaban seluruh responden untuk variabel Y mengenai minat masyarakat bertransaksi di BRI unit pajalele hasil perhitungan dari 50 responden berdasarkan anget atau koesioner yang diberikan yaitu sejumlah 1693 untuk variabel minat masyarakat bertransaksi di BRI unit pajalele.

Tabel 4.10 Hasil Statistic Deskriptif Variabel minat masyarakat bertansaksi

		Y
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		33.86
Std. Error of Mean		.407
Median		34.00
Mode		35
Std. Deviation		2.879
Variance		8.286
Skewness		-.261
Std. Error of Skewness		.337
Kurtosis		-.821
Std. Error of Kurtosis		.662
Range		11
Minimum		28
Maximum		39
Sum		1693

Pada tabel statistic diatas dapat diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan skor jawaban dari item pernyataan minat masyarakat bertransaksi di BRI unit pajalele (variabel Y) berada pada angka 28 – 39 dengan skor rata-rata (mean) 33,86, median sebesar 34,00, variance sebesar 8,286, standar deviasi sebesar 2,879.

Tabel 4.11 distribusi frekuensi variabel minat masyarakat bertransaksi di BRI unit pajalele (variabel Y)

Y				
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
28	2	4.0	4.0	4.0
29	2	4.0	4.0	8.0
30	3	6.0	6.0	14.0
31	4	8.0	8.0	22.0
32	8	16.0	16.0	38.0
33	1	2.0	2.0	40.0
Valid 34	6	12.0	12.0	52.0
35	9	18.0	18.0	70.0
36	4	8.0	8.0	78.0
37	6	12.0	12.0	90.0
38	4	8.0	8.0	98.0
39	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sesuai dengan histogram diatas dengan jumlah responden untuk skor 33 dan 39 masing-masing memiliki 1 frekuensi (2,0%), sedangkan skor 28 dan 29 masing-masing memiliki 2 frekuensi (4,0%), sedangkan skor 30 masing-masing memiliki 3 frekuensi (6,0%), sedangkan skor 31, 36 dan 39 masing-masing memiliki 4 frekuensi (8,0%), sedangkan skor 34 dan 37 masing-masing memiliki 6 frekuensi (12,0%), sedangkan skor 32 masing-masing memiliki 8 frekuensi (16,0%), sedangkan skor 35 masing-masing memiliki 9 frekuensi (18,0%). Penentuan kategori dari skor minat masyarakat bertransaksi di BRI unit pajalele dilakukan dengan menggunakan kriteria bentuk persentase sebagai berikut:

80% - 100% kategori sangat baik

66% - 79%	kategori baik
56% - 65%	kategori cukup
40% - 55%	kategori buruk
<39 %	kategori sangat buruk.

Skor total variabel kualitas pelayanan *customer service* yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 1791 skor teoritik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $8 \times 5 = 40$, karena jumlah responden 50 masyarakat, maka skor kriterium adalah $40 \times 50 = 2000$. Sehingga, kualitas layanan *customer service* adalah $1693 : 2000 = 0.8465$ atau 84% dari kriterium yang dditetapkan. Jadi, dapat disimpulkan kualitas layanan *customer service* mempunyai klasifikasi yang termasuk kategori sangat baik.

F. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten. Koefisien reliabilitas instrument dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Uji reliabilitas data dilakukan dengan dibantu computer program SPSS versi 21.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah:

Jika $\alpha > r_{\text{tabel}} = \text{konsisten}$

Jika $\alpha < r_{\text{tabel}} = \text{tidak konsisten}$

Adapun hasil uji reliabilitas dari setiap item pertanyaan variabel yang digunakan penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.12 uji Realibilitas data variabel kualitas layanan *customer service*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	8

Berdasarkan tabel diatas, uji realibilitas dari setiap item instrument terhadap semua variabel diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* (r hitung) $0,774 > r_{tabel} = 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$. Maka instrumen pernyataan memiliki *reliable* untuk seluruh butir instrumennya, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

Tabel 4.13 Realibitas Data Minat Masyarakat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.557	8

Berdasarkan tabel diatas, uji realibilitas dari setiap item instrument terhadap semua variabel diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* (r hitung) $0,557 > r_{tabel} = 0,284$ pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$. Maka instrumen pernyataan memiliki *reliable* untuk seluruh butir instrumennya, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

G. Uji Normalitas

Sebelum menganalisis data yang diperoleh, data harus memenuhi persyaratan uji analisis yang digunakan. Analisis korelasi yang mensyaratkan harus berdistribusi normal. Untuk itu, perlu di uji normalitas datanya, penulis menggunakan program SPSS versi 21 dengan rumus *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut:

Tabel 4.14 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40530127
	Absolute	.151
Most Extreme Differences	Positive	.072
	Negative	-.151
Kolmogorov-Smirnov Z		1.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.204

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Ha : Data berdistribusi normal

Ho : Data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan:

Jika sign. > 0,05 = normal

Jika sign. < 0,05 = tidak normal

Karena nilai signifikan (2-tailed) 0,204 > 0,05 pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, maka H_a diterima, hal ini berarti bahwa distribusi frekuensi taksiran berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

H. Uji *Product Moment*

Kegunaan Uji Pearson *Product Moment* atau analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval atau rasio.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai:

H_0 = tidak ada hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di BRI Unit Pajalele Kec. Lembang Kab. Pinrang.

H_a = ada hubungan yang yang positif dan signifikan antara kualitas layanan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di BRI Unit Pajalele Kec. Lembang Kab. Pinrang.

Tabel 4.15 uji korelasi *product moment*

Correlations		
	X	Y
X	Pearson Correlation	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Y	Pearson Correlation	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada pengujian ini dasar pengambilan keputusan adalah:

Jika $r_{xy} < r_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak;

Jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05).

Pada tabel correlation diatas dapat diketahui bahwa nilai r hitung sebesar 0,549 dan nilai r tabel sebesar 0,284. Nilai r hitung (0,549) $>$ r tabel (0,284), dengan nilai signifikan (0,000) $<$ (0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di BRI unit Pajalele kec, lembang Kab. Pinrang. Tabel ini merupakan interpretasi korelasi nilai r adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16 Pedoman untuk memberi interpretasi terhadap koefisien korelasi¹

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Berdasarkan pada tabel interpretasi koefisien korelasi nilai r diketahui bahwa hubungan kualitas layanan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi dengan nilai 0,549 memiliki hubungan sedang.

¹Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, h. 257.

I. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi linear sederhana ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara kualitas layanan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di BRI adapun hasil dari uji ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17 output variabel entered/Removed

Variables Entered/Removed ^a			
Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas customer service	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Tabel 4.18 output model summary

Model Summary				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549 ^a	.302	.287	2.430

a. Predictors: (Constant), X

Koefisien determinasi (r^2) pada tabel di atas menunjukkan R Square adalah 0,302 atau 30,2%. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu kualitas layanan *customer service*, variabel dependen yaitu minat masyarakat bertransaksi di BRI sebesar 30,0% dan sisanya yaitu 69,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Tabel 4.19 output anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	122.532	1	122.532	20.747	.000 ^b
	Residual	283.488	48	5.906		
	Total	406.020	49			

- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X

Berdasarkan tabel anova dapat dianalisis sebagai berikut:

H_0 = model regresi linear sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi kualitas layanan *customer service* yang di pengaruhi oleh

H_a =

1. Berdasarkan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel}

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Dimana nilai F_{hitung} dari tabel Anova sebesar 20.747 dan F_{tabel} diperoleh dari data tabel hitung sebesar 2,011 sehingga $f_{hitung} (20,747) > f_{tabel} (2,011)$, maka H_0 ditolak.

Jadi model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi kauliatas layanan *customer service* yang di pengaruhi oleh minat masyarakat bertransaksi di BRI.

2. Berdasrkan probabilitas

Jika probabilitas (sig) $> \alpha$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas (sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak

Dari tabel anova nilai probabilitas (sig) = 0,000 dan nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$.

Berbandingan nilai probabilitas (sig) dengan taraf signifikan (α)

Sigg (0,000) $< \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas layanan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di BRI Pajalele.

Tabel 4.20 Output Coefficients
.Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.610	4.459		3.052	.004
	X	.565	.124	.549	4.555	.000

a. Dependent Variable: Y

Output pada tabel coefficients, pada kolom B pada constant (a) adalah 13.610, sedangkan nilai trust (b) adalah 0.565, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX \text{ atau } 13.610 + 0.565X$$

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan nilai b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negative. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan.

- a. Konstanta sebesar 13.610 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai trust maka nilai minat masyarakat sebesar 13.610.
- b. Koefisien regresi X sebesar 0.565 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Trust, maka nilai minat masyarakat bertambah sebesar 0.565.

Maka hasil uji regresi sederhana menggambarkan persamaan regresi output ini juga menampilkan uji signifikan dengan uji t yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel (X) sendiri (Y) terhadap variabel partisipasi (Y).

H1 : ada pengaruh layanan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di bank BRI unit pajelele Kec. Lembang Kab. Pinrang.

H0 : tidak terdapat pengaruh layanan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di bank BRI unit pajalele Kec. Lembang Kab. Pinrang.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui nilai t hitung = 4.555 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di BRI unit pajalele Kec. Lembang Kab. Pinrang.

J. Pembahasan

1. Kualitas Layanan *Customer Service* di BRI Unit Pajalele

Dalam memberikan pelayanan, Bank BRI Unit Pajalele Kec. Lembang Kab Pinrang tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada didalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service* dikarenakan *customer service* adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari masyarakat. Selain itu, *customer service* lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai produk perbankan . Dengan demikian, *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan *customer service* yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 1791 skor teoritik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $8 \times 5 = 40$, karena jumlah responden 50 masyarakat, maka skor kriterium adalah $40 \times 50 = 2000$. Sehingga, kualitas pelayanan *customer service* adalah $1791 : 2000 = 0.8955$ atau 89% termasuk kategori sangat baik.

2. Minat Masyarakat Bertransaksi di BRI Unit Pajalele

Berdasarkan analisis data bahwa variabel minat masyarakat bertransaksi di BRI unit Pajalele Kec. Lembang Kab. Pinrang dari hasil penelitian adalah 1693 skor teoritik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $8 \times 5 = 40$, karena jumlah responden 50 masyarakat, maka skor kriterium adalah $40 \times 50 = 2000$. Sehingga, kualitas pelayanan customer service adalah $1693 : 2000 = 0.8465$ atau 84% termasuk kategori sangat baik.

3. Pengaruh Kualitas Layanan *Customer Service* Terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi di BRI Unit Pajalele

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui nilai t hitung = 4.555 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan *customer service* terhadap minat masyarakat bertransaksi di BRI unit pajelele Kec. Lembang Kab. Pinrang.