

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan analisis hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Minat Mereferensikan Nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu”. Pembahasan analisis hasil penelitian ini dimulai dari analisis deskriptif (deskripsi variabel penelitian) dan kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif yaitu analisis Regresi Linier Berganda dan pengujian hipotesis.

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden penelitian yaitu nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu. Dalam penelitian ini disebarkan 100 kuesioner pada 100 responden. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100 eksemplar, sehingga respon *rate*-nya sebanyak 100,0%. Kuesioner yang terjawab lengkap dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner.

Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran rekapitulasi data. Setelah data terkumpul, kemudian data diedit (*editing*), diberi kode (*coding*), dan ditabulasikan (*tabulating*). Untuk selanjutnya dianalisis dengan bantuan program statistik komputer *SPSS for Windows*.

4.1. Analisis Data

4.1.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Hasil Uji Validitas Instrumen

Berikut ini hasil pengujian validitas instrumen penelitian yang di dalam Tabel

4.1. sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Item-item Variabel
Kualitas Pelayanan (X_1) dan Inovasi Produk (X_2)

Indikator	Rxy	r-tabel	Keterangan
X1.1	0,467	0,159	Valid
X1.2	0,469	0,159	Valid
X1.3	0,482	0,159	Valid
X1.4	0,503	0,159	Valid
X1.5	0,491	0,159	Valid
X1.6	0,601	0,159	Valid
X1.7	0,532	0,159	Valid
X1.8	0,571	0,159	Valid
X1.9	0,544	0,159	Valid
X1.10	0,611	0,159	Valid
X1.11	0,543	0,159	Valid
X1.12	0,498	0,159	Valid
X1.13	0,603	0,159	Valid
X1.14	0,542	0,159	Valid
X1.15	0,499	0,159	Valid
X1.16	0,707	0,159	Valid
X1.17	0,669	0,159	Valid

X1.18	0,703	0,159	Valid
X1.19	0,633	0,159	Valid
X1.20	0,574	0,159	Valid
X2.1	0,566	0,159	Valid
X2.2	0,535	0,159	Valid
X2.3	0,427	0,159	Valid
X2.4	0,427	0,159	Valid
X2.5	0,525	0,159	Valid
X2.6	0,399	0,159	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Dari Tabel 4.1 tersebut di atas dapat diketahui bahwa nilai $r_{xy} > r\text{-tabel}$ 0,159 (sig. $< 0,05$), sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk adalah valid. Sedangkan uji validitas variabel Minat Mereferensikan dapat dilihat pada Tabel 4.2. berikut ini.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Item-item Variabel
Minat Mereferensikan (Y)

Indikator	Rxy	r-tabel	Keterangan
Y1.1	0,456	0,159	Valid
Y1.2	0,347	0,159	Valid
Y1.3	0,340	0,159	Valid
Y1.4	0,301	0,159	Valid
Y1.5	0,403	0,159	Valid
Y1.6	0,312	0,159	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Dari Tabel 4.2 tersebut di atas dapat diketahui bahwa nilai $r_{xy} > r\text{-tabel } 0,159$ (sig. $< 0,05$), sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel Minat Mereferensikan adalah valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Berikut ini hasil uji reliabilitas instrumen variabel Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, dan Minat Mereferensikan.

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,913	$\geq 0,60$	Reliabel
Inovasi Produk	0,740	$\geq 0,60$	Reliabel
Minat Mereferensikan	0,627	$\geq 0,60$	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Dari Tabel 4.3 tersebut di atas dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, dan Minat Mereferensikan adalah reliabel.

4.1.2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 reponden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	60	60,0%
2	Wanita	40	40,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah pria sebanyak 60 (60,0%) responden dan wanita sebanyak 40 (40,0%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu berjenis kelamin pria yang berhasil ditemui pada saat penelitian.

b. Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan tingkat pendidikan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.5

Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	4	4,0%
2	SMP	5	5,0%
3	SMA	27	27,0%
4	Diploma	17	17,0%
5	S1	47	47,00%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer, Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.5 tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah terbanyak berpendidikan S1 sebanyak 47 (47,0%) responden dan sebagian kecil berpendidikan SD sebanyak 4 (4,0%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pendidikan nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu mayoritas mempunyai pendidikan perguruan tinggi.

3. Pekerjaan Responden

Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.6**Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Guru	21	21,0%
2	Honorer	1	1,0%
3	IRT	10	10,0%
4	Mahasiswa	1	1,0%
5	Pelajar	2	2,0%
6	PNS	19	19,0%
7	Polri	2	2,0%
8	Profesional	6	6,0%
9	Swasta	20	20,0%
10	Tani	13	13,0%
11	Wiraswasta	5	5,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer, Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.6 tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah terbanyak bekerja sebagai guru sebanyak 21 (21,0%) responden dan sebagian kecil bekerja sebagai mahasiswa sebanyak 1 (1,0%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu mayoritas bekerja sebagai pendidik.

4. Penghasilan Responden

Berdasarkan penghasilan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.7

Penghasilan Responden

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	< Rp 1.000.000	46	46,0%
2	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	21	21,0%
3	Rp. 2.001.000 – Rp. 3.000.000	16	16,0%
4	Rp. 3.001.000 – Rp. 4.000.000	11	11,0%
5	Lebih dari Rp 4.000.000	6	6,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah terbanyak berpenghasilan < Rp 1.000.000 sebanyak 46 (46,0%) responden dan sebagian kecil berpenghasilan lebih dari Rp 4.000.000 sebanyak 6 (6,0%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi penghasilan < UMR Kota Bengkulu.

5. Lama Menjadi Nasabah

Berdasarkan lama menjadi nasabah, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Lama Menjadi Nasabah

No	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
1	1-2 th	12	12,0%
2	> 2-3 th	3	3,0%
3	> 3-4 th	22	22,0%
4	> 4-5 th	15	15,0%
5	> 5 th	35	35,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah terbanyak lama menjadi nasabah sudah lebih dari 5 tahun sebanyak 35 (35,0%) responden dan sebagian kecil lama menjadi nasabah > 2-3 tahun sebanyak 3 (3,0%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi lama menjadi nasabah, sudah cukup lama.

4.1.3. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, dan Minat Mereferensikan. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 5, sehingga dapat dihitung sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Interval Skala

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah/ Sangat Buruk
1,80 s/d 2,59	Rendah/Buruk
2,60 s/d 3,39	Cukup Tinggi/Baik
3,40 s/d 4,19	Tinggi/Baik
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi/Baik

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Berikut ini penilaian responden terhadap Kualitas Pelayanan:

Tabel 4.10

Penilaian Responden terhadap Kualitas Pelayanan

No.	Item Variabel	Mean	Kategori
1	Bank BRI Unit Bintuhan tepat waktu dalam pelayanannya.	4,31	Sangat Tinggi
2	Bank BRI Unit Bintuhan cepat dalam pelayanannya.	4,25	Sangat Tinggi

3	Sarana mesin ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>) Bank BRI Unit Bintuhan jarang rusak	4,38	Sangat Tinggi
4	Bank BRI Unit Bintuhan memiliki sarana mesin hitung uang yang cepat	4,60	Sangat Tinggi
5	Karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memiliki kemampuan dalam menanggapi kebutuhan nasabah	4,54	Sangat Tinggi
6	Karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memiliki kemampuan dalam menanggapi keluhan nasabah	4,47	Sangat Tinggi
7	Karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memberikan informasi yang lengkap pada nasabah	4,46	Sangat Tinggi
8	Pengetahuan dan kecakapan karyawan Bank BRI Unit Bintuhan sesuai dalam setiap bidangnya	4,44	Sangat Tinggi
9	Karyawan Bank BRI Unit Bintuhan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabah	4,53	Sangat Tinggi
10	Bank BRI Unit Bintuhan bertanggung jawab terhadap kenyamanan nasabah	4,50	Sangat Tinggi
11	Karyawan Bank BRI Unit Bintuhan menjamin keamanan terhadap transaksi nasabah	4,38	Sangat Tinggi

12	Karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memberikan perhatian secara individual kepada nasabah	4,37	Sangat Tinggi
13	Pelayanan karyawan Bank BRI Unit Bintuhan ramah dan sopan	4,45	Sangat Tinggi
14	Karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memberikan kesan yang baik kepada nasabah	4,45	Sangat Tinggi
15	Pelayanan Bank BRI Unit Bintuhan tidak membedakan siapapun (kecuali nasabah premier)	4,49	Sangat Tinggi
16	Bank BRI Unit Bintuhan memiliki ruang tunggu yang nyaman.	4,43	Sangat Tinggi
17	Karyawan Bank BRI Unit Bintuhan berpenampilan rapi	4,47	Sangat Tinggi
18	Bank BRI Unit Bintuhan menyediakan fasilitas AC yang dingin	4,48	Sangat Tinggi
No.	Item Variabel	Mean	Kategori
19	Bank BRI Unit Bintuhan menyediakan fasilitas toilet yang bersih	4,55	Sangat Tinggi
20	Bank BRI Unit Bintuhan menyediakan fasilitas televisi untuk informasi program yang sedang berjalan.	4,60	Sangat Tinggi
Rerata		4,46	Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.10 dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai Kualitas Pelayanan Nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu, Sangat Tinggi (Mean 4,46). Hal ini menunjukkan bahwa Bank BRI Unit Bintuhan tepat waktu dalam pelayanannya, Bank BRI Unit Bintuhan cepat dalam pelayanannya, sarana mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) Bank BRI Unit Bintuhan jarang rusak, Bank BRI Unit Bintuhan memiliki sarana mesin hitung uang yang cepat, karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memiliki kemampuan dalam menanggapi kebutuhan nasabah, karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memiliki kemampuan dalam menanggapi keluhan nasabah, karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memberikan informasi yang lengkap pada nasabah, pengetahuan dan kecakapan karyawan Bank BRI Unit Bintuhan sesuai dalam setiap bidangnya, karyawan Bank BRI Unit Bintuhan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabah, Bank BRI Unit Bintuhan bertanggung jawab terhadap kenyamanan nasabah, karyawan Bank BRI Unit Bintuhan menjamin keamanan terhadap transaksi nasabah, karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memberikan perhatian secara individual kepada nasabah, pelayanan karyawan Bank BRI Unit Bintuhan ramah dan sopan, karyawan Bank BRI Unit Bintuhan memberikan kesan yang baik kepada nasabah, pelayanan Bank BRI Unit Bintuhan tidak membedakan siapapun (kecuali nasabah premier), Bank BRI Unit Bintuhan memiliki ruang tunggu yang nyaman, karyawan Bank BRI Unit Bintuhan berpenampilan rapi, Bank BRI Unit Bintuhan menyediakan fasilitas AC yang dingin, Bank BRI Unit Bintuhan menyediakan fasilitas toilet yang bersih, dan

Bank BRI Unit Bintuhan menyediakan fasilitas televisi untuk informasi program yang sedang berjalan.

2. Variabel Inovasi Produk

Berikut ini penilaian responden terhadap Inovasi Produk :

Tabel 4.11

Penilaian Responden terhadap Inovasi Produk

No.	Item Variabel	Mean	Kategori
1	Tabungan BritAma Junio, Tabungan Haji, Tabungan BritAma Rencana yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu merupakan pengembangan dari tabungan BritAma yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu.	4,67	Sangat Tinggi
2	Tabungan BritAma Junio, Tabungan Haji, Tabungan BritAma Rencana yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu menjadikan produk tabungan menjadi lebih beragam yang memunculkan banyak pilihan.	4,66	Sangat Tinggi
3	Produk Deposito <i>Internet Banking</i> Bank BRI merupakan produk baru yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu.	4,45	Sangat Tinggi

4	Produk Deposito <i>Internet Banking</i> Bank BRI sudah ada di bank lain sebelumnya	4,45	Sangat Tinggi
5	Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR), BRIGuna termasuk produk baru yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu	4,62	Sangat Tinggi
6	Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu memiliki produk yang ditawarkan yang tidak dimiliki oleh bank lain.	4,54	Sangat Tinggi
Rerata		4,57	Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.11 dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai Inovasi Produk Nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu, Sangat Tinggi (Mean 4,57). Hal ini menunjukkan bahwa tabungan BritAma Junio, Tabungan Haji, Tabungan BritAma Rencana yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu merupakan pengembangan dari tabungan BritAma yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu, tabungan BritAma Junio, Tabungan Haji, Tabungan BritAma Rencana yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu menjadikan produk tabungan menjadi lebih beragam yang memunculkan banyak pilihan, produk deposito *Internet Banking* Bank BRI merupakan produk baru yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan

Cabang Manna Bengkulu, produk deposito *Internet Banking* Bank BRI sudah ada di bank lain sebelumnya, produk Kredit Usaha Rakyat (KUR), BRIGuna termasuk produk baru yang ditawarkan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu, dan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu memiliki produk yang ditawarkan yang tidak dimiliki oleh bank lain.

3. Variabel Minat Mereferensikan

Berikut ini penilaian responden terhadap Minat Mereferensikan.

Tabel 4.12

Penilaian Responden terhadap Minat Mereferensikan

No.	Variabel	Mean	Kategori
1	Saya memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi Bank BRI Unit Bintuhan kepada teman	4,66	Sangat Tinggi
2	Saya memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi Bank BRI Unit Bintuhan kepada keluarga	4,59	Sangat Tinggi
3	Saya memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi produk Bank BRI Unit Bintuhan kepada teman	4,44	Sangat Tinggi
4	Saya memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi produk Bank BRI Unit Bintuhan kepada keluarga	4,56	Sangat Tinggi

5	Saya memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi Bank BRI Unit Bintuhan kepada nasabah bank lain.	4,67	Sangat Tinggi
6	Saya memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi produk-produk Bank BRI Unit Bintuhan kepada nasabah bank lain.	4,53	Sangat Tinggi
Rerata		4,58	Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.12 dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai Minat Mereferensikan Nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu, Sangat Tinggi (Mean 4,58). Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi Bank BRI Unit Bintuhan kepada teman, responden memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi Bank BRI Unit Bintuhan kepada keluarga, responden memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi produk Bank BRI Unit Bintuhan kepada teman, responden memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi produk Bank BRI Unit Bintuhan kepada keluarga, responden memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi Bank BRI Unit Bintuhan kepada nasabah bank lain, dan responden memiliki keinginan untuk mereferensikan informasi produk-produk Bank BRI Unit Bintuhan kepada nasabah bank lain.

4.1.4. Analisis Kuantitatif

a. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam **model regresi** variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2017). Untuk menguji normalitas, dapat menganalisis dengan melihat nilai probabilitasnya. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test*

Variabel	Sig.	Level of Significant	Keterangan
Residual	0,078	0,05	Normal

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas $0,078 > 0,05$, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana salah satu atau lebih variabel independen dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel independen lainnya. Salah satu asumsi regresi linier klasik adalah tidak adanya multikolinearitas sempurna (*no perfect multikolinearitas*). Suatu model regresi dikatakan terkena multikolinearitas apabila terjadi Kualitas Pelayanan linier yang *perfect* atau *exact* di antara beberapa atau semua variabel bebas. Akibatnya akan sulit untuk melihat pengaruh secara individu variabel bebas terhadap variabel tak bebas (Madalla, 1999). Pendeteksian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode VIF.

Kriteria pengujian :

Jika $VIF > 10$, maka H_0 ditolak

Jika $VIF < 10$, maka H_0 diterima

Hasil uji multikolinearitas dengan metode VIF sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas dengan Metode VIF

Variabel	VIF	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	1,401	10	Tidak ada multikolinearitas
Inovasi Produk (X_2)	1,401	10	Tidak ada multikolinearitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan metode VIF, nilai $VIF < 10$, artinya bahwa semua variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas, sehingga tidak membiaskan interpretasi hasil analisis regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Homoskedastisitas adalah situasi dimana varian (σ^2) dari faktor pengganggu atau *disturbance term* adalah sama untuk semua observasi X. Penyimpangan terhadap asumsi ini yaitu disebut heteroskedastisitas yaitu apabila nilai varian (σ^2) variabel tak bebas (Y_i) meningkat sebagai akibat dari meningkatnya varian dari variabel bebas (X_i), maka varian dari Y_i tidak sama (Insukindro, 2001). Pendeteksian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Glejser*. Caranya dengan melihat nilai probabilitas $> 0,05$, sehingga tidak terkena heteroskedastisitas (Ghozali, 2017).

Hasil uji heteroskedastisitas dengan *Glejser* sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Glejser*

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,100	0,05	Homoskedastisitas
Inovasi Produk (X_2)	0,138	0,05	Homoskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *rank spearman* terlihat bahwa nilai probabilitas $> 0,05$. Hal ini berarti model yang diestimasi bebas dari heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier

1. Hasil Analisis Regresi Linier

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Minat Mereferensikan. Berikut ini Tabel 4.17 hasil Regresi Linier Berganda dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*):

Tabel 4.16
Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Probabilitas
Konstanta	0,942	3,368	0,001
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,264	4,031	0,000
Inovasi Produk (X ₂)	0,538	8,578	0,000
R ² : 0,647			
Adjusted R ² : 0,640			
F-statistik : 88,845, Sig. = 0,000			
N : 100			
Variabel Dependen (Y) : Minat Mereferensikan			

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

a) Persamaan Regresi Linier

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer *SPSS for Windows* diperoleh hasil persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,942 + 0,264X_1 + 0,538X_2$$

Pada persamaan di atas ditunjukkan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Minat Mereferensikan. Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah:

- 1) Koefisien regresi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Mereferensikan = 0,264

Koefisien regresi positif (searah) artinya, jika Kualitas Pelayanan (X_1) meningkat, maka Minat Mereferensikan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (Y) akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel lain konstan.

- 2) Koefisien regresi Inovasi Produk terhadap Minat Mereferensikan = 0,538. Koefisien regresi positif (searah) artinya, jika Inovasi Produk (X_2) meningkat, maka Minat Mereferensikan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (Y) akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel lain konstan.

b) Pengujian Hipotesis (Uji t)

- 1) Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Minat Mereferensikan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (Y).

H_1 : Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Mereferensikan (Y).

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi Berganda diperoleh probabilitas $t_{\text{hitung}} = 0,000$.

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai **probabilitas t_{hitung}** (0,000) < *Level of Significant* (0,05), maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Mereferensikan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (Y).

2) Pengujian Pengaruh Inovasi Produk (X_2) terhadap Minat Mereferensikan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (Y).

H_2 : Inovasi Produk (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Mereferensikan (Y).

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi Berganda diperoleh **probabilitas $t_{\text{hitung}} = 0,000$** .

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai probabilitas $t_{\text{hitung}} (0,000) < \text{Level of Significant} (0,05)$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Mereferensikan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (Y).

c) Pengujian R^2 (Koefisien Determinasi)

R^2 (Koefisien Determinasi) ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan secara komprehensif terhadap variabel dependen. Nilai R^2 (Koefisien Determinasi) mempunyai *range* antara 0-1. Semakin besar R^2 mengindikasikan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Hasil dari regresi dengan metode OLS diperoleh R^2 (Koefisien Determinasi) sebesar 0,647, artinya variabel Minat Mereferensikan Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu dapat dijelaskan oleh yaitu Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk secara serentak sebesar 64,7%, sedangkan sisanya sebesar 35,3%

dijelaskan oleh variabel lain di luar model, misalnya kepuasan, penanganan keluhan, dan lain-lain.

Berikut ini tabel ringkasan hipotesis:

Tabel 4.17
Ringkasan Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Keterangan
H ₁	X ₁ -Y	Ha diterima
H ₂	X ₂ -Y	Ha diterima

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Mereferensikan Nasabah

Hasil analisis Regresi Linier menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Mereferensikan Nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (nilai probabilitas t_{hitung} (0,000) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Kualitas Pelayanan meningkat, maka Minat Mereferensikan Nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu mengalami peningkatan. Menurut Parasuraman *et al.*, (1998), kualitas pelayanan mengidentifikasi upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan merupakan suatu bentuk kegiatan dalam memberikan bantuan atau penyediaan kebutuhan orang lain atau masyarakat mengenai kebutuhan barang atau jasa. Karena kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan, maka suatu produk yang dihasilkan baru dapat

dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik, serta diproduksi dengan cara yang baik dan benar. Kualitas pelayanan menerapkan prinsip, menyiapkan kualitas pelayanan sebaik mungkin perlu dilakukan untuk dapat menghasilkan kinerja secara optimal, sehingga kualitas pelayanan dapat meningkat, dimana yang penting untuk dilakukan adalah kemampuan membentuk layanan yang dijanjikan secara tepat dan memiliki rasa tanggung jawab terhadap mutu pelayanan, serta perhatian pada pelanggan. Kualitas pelayanan yang meningkat dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Hasil penelitian Gurniawan (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat mereferensikan pada perusahaan Tahu Sindang Sari Sumedang.

4.2.2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Mereferensikan Nasabah

Hasil analisis Regresi Linier menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Mereferensikan Nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (nilai probabilitas t_{hitung} (0,000) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Inovasi Produk meningkat, maka Minat Mereferensikan Nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu mengalami peningkatan. Menurut Amabile dkk., (1996) inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru. Inovasi juga didefinisikan sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif perusahaan. Inovasi produk adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai keinginan nasabah agar nasabah merasa puas terhadap apa yang dijual kepada nasabah. Oleh karena itu perusahaan diharapkan membentuk

pemikiran-pemikiran baru dalam menghadapi baik pesaing, pelanggan dan pasar yang ada. Pengembangan produk baru dan strateginya yang lebih efektif seringkali, menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, tetapi ini bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah. Pengembangan produk baru memerlukan upaya, waktu dan kemampuan termasuk besarnya risiko dan biaya kegagalan. Cooper (2010) menjelaskan bahwa keunggulan produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang sangat bersaing. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan, sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan. Inovasi produk yang tinggi dan baik dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Hasil penelitian Gurniawan (2011) menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat mereferensikan pada perusahaan Tahu Sindang Sari Sumedang.

