



E-ISSN: 2460 – 190X

ECONOMICA

Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Sumatera Barat Vol.7 No.2 (120-132)**PENGARUH *PHYSICAL ENVIRONMENT* DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KOMITMEN NASABAH BANK NAGARI CABANG SIJUNJUNG**

Oleh:

Susriyanti¹⁾, Richefermayani²⁾¹⁾ Program Studi Manajemen, FEB UPI YPTK PadangEmail: susisusriyanti74@gmail.com²⁾ Program Studi Manajemen, FEB UPI YPTK PadangEmail: richefermayani@gmail.com

Submitted: 2018.12.10 Reviewed: 2019.04.28 Accepted: 2019.04.30

<https://doi.org/10.22202/economica.2019.v7.i2.3004>**Abstract**

This study aims to see the effect of the influence Physical Environment and trust on customer commitment at Bank Nagari Sijunjung Branch. The sample in this study were customers at Bank Nagari Sijunjung Branch in Sijunjung as many as 100 research samples. This study used incidental sampling as the sampling technique. The results of the t-test statistics used to draw conclusions in this study is where physical environment has positive and significant effect on customer commitment. For the trust variable have a positive and significant effect on customer commitment. F statistic test results where the variables of physical environment and trust together influence the customer commitment at bank Nagari Sijunjung Branch. The results of determination test magnitude of the influence of the independent variable on the dependent variable is 68,7%.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel physical environment dan kepercayaan mampu mempengaruhi komitmen nasabah pada Bank Nagari Cabang Sijunjung. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah incidental sampling. Hasil uji t statistic dalam penelitian ini menjelaskan bahwa variabel physical environment berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen nasabah. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen nasabah. Hasil uji f statistik menyimpulkan bahwa variabel physical environment dan kepercayaan secara bersama-sama juga berpengaruh terhadap komitmen nasabah karyawan pada Kantor Bank Nagari Cabang Sijunjung. Hasil uji koefisien determinansi menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 68,7%.

Jel Classification:

D21; D22; D23

Kata Kunci: Physical Environment, Kepercayaan, Komitmen Nasabah

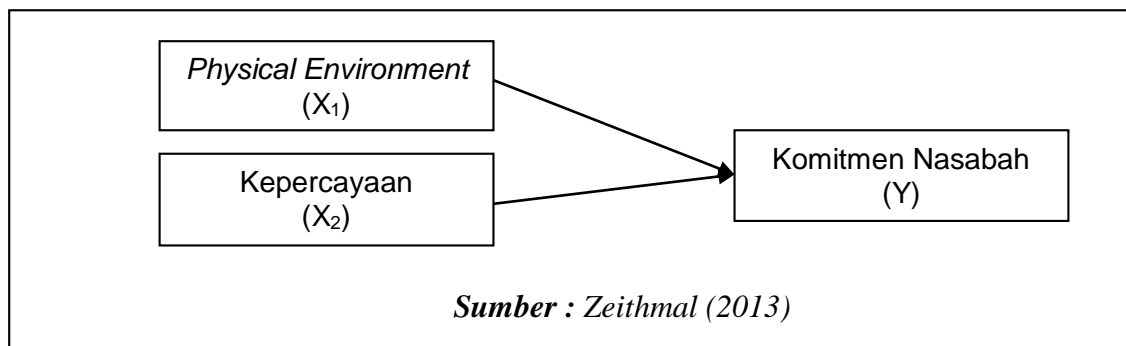
PENDAHULUAN

Bank Nagari merupakan salah satu bank yang berusaha menarik atau menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat. Bank Nagari selaku bank rakyat daerah Sumatera Barat adalah bank kebanggaan dan harapan masyarakat. Selama satu dekade belakangan, perkembangan bank ini sangat bagus. Malah, sudah sering kali bank di bawah kepemimpinan Suryadi Azmi ini menerima penghargaan nasional. Pertumbuhan aset Bank Nagari (BN) Sumbar terus menunjukkan *trend* positif meski gonjang-ganjing ekonomi dunia saat ini masih berlangsung. Kenaikan nilai aset bank kebanggaan Sumatera Barat itu sudah terbaca, pada akhir 2015 nilai aset Bank Nagari mencapai Rp. 19.547 triliun atau meningkat sebesar 8,2% (Sumbar Post, 07 Januari 2016). Menurut direktur utama Bank Nagari, saat ini Bank Nagari terus berusaha mengubah *mindset* agar menjadi bank kepercayaan bagi masyarakat. Disamping itu juga harus memperhatikan bagaimana *image* bank di mata masyarakat bisa menjadi positif sehingga menjadi bank yang kredibel. Bank harus berusaha meningkatkan *image* positif seperti bagaimana masyarakat bisa mengingat Bank Nagari ketika melakukan transaksi perbankan sehingga nantinya akan menimbulkan komitmen dan kepercayaan dari masyarakat itu sendiri (Sumbar Post, 07 Januari 2016).

Berdasarkan hasil *survey* yang dilakukan pada nasabah tentang tampilan fisik Bank Nagari, mereka menyatakan tampilan fisik Bank Nagari kurang menarik, berbeda jauh dengan bank pesaingnya. Pertumbuhan aset Bank Nagari yang relatif kecil membuat berkurangnya kepercayaan nasabah tentang kinerja Bank Nagari. Hal ini dapat memicu terjadinya penurunan komitmen dari nasabah untuk selalu menempatkan dana ataupun meminjam dana dari Bank Nagari.

“Penampilan fisik (*physical environment*) diukur melalui *ambient conditiont*, atmosfer, rancangan eksterior, rancangan interior, dekorasi, fasilitas parkir, penampilan gedung, taman serta lokasi” (Leblanc, 2002: 245). “Kepercayaan timbul ketika adanya suatu pihak yang mempunyai keyakinan (*convidence*) terhadap integritas dan reabilitas pihak lain untuk menyatakan kepercayaan sebagai kemauan untuk mempunyai pihak lain yang telah diyakini” (Nevita, 2010: 02). “*Commitmen* diantara ke dua belah pihak berarti mereka berusaha untuk mempertahankan rasa saling mempercayai ini agar menjamin suatu hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan” (Nevita, 2010: 02).

Agar penelitian ini lebih mudah dipahami maka berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, dibuatlah kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1: Kerangka Penelitian

Phisycal Environment

Menurut (Wibowo, 2018) *Physical environment* adalah “fasilitas fisik seperti eksterior toko, interior toko, dan lingkungan toko dapat membentuk *store image* dan suasana pembeli. Fasilitas yang disediakan adalah untuk meningkatkan produktivitas dan citra toko yang dapat dilihat dari unsur lingkungan toko, yaitu *visual communication, store planning, store design, dan merchandising*. Variabel terkait dengan *physical environment*” (Zeithmal, 2013: 26) adalah desain fasilitas, peralatan, website, kartu nama dan brosur perusahaan.

Para pemasar dalam menciptakan layanan berkualitas perlu memperhatikan elemen layanan fisik (Tandjung, 2004: 231) sebagai berikut:

1. Prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan.
2. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin.
3. Alat telekomunikasi yang canggih.
4. Perabot kantor yang berkualitas.

Physical environment ini dapat membantu menciptakan suasana yang mendukung agar terjadinya pembelian dan juga menimbulkan *image* dalam benak pelanggan tentang jasa yang ditawarkan serta perusahaan itu sendiri. Ada dua jenis *physical environment* yang dapat dibedakan dalam pemasaran jasa (Ririn, 2001: 39), yaitu: *Peripheral evidence, Essential evidence*. Sedangkan dimensi *physical environment* (Tjiptono, 2011: 233) adalah:

- a. Peralatan modern.
- b. Fasilitas yang berdaya tarik visual.
- c. Nasabah yang berpenampilan rapi dan profesional.
- d. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

Kepercayaan (*Trust*)

“Kepercayaan merupakan keyakinan suatu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak lainnya” (Kreitner, 2001: 422). Secara konseptual, kepercayaan (*trust*) ada jika suatu pihak punya keyakinan (*confidence*) terhadap integritas dan reliabilitas pihak lain. Kepercayaan (*trust*) adalah dasar dari *strategic partnership*, karena hubungan yang dilandasi kepercayaan (*trust*) sangat dihargai, sehingga pihak-pihak yang berkepentingan akan sangat ingin berkomitmen ke dalam hubungan seperti itu.

Komitmen

“Komitmen adalah kuatnya pengenalan dan keterlibatan seseorang dalam suatu organisasi tertentu. Komitmen merupakan komponen dari perilaku. Komitmen adalah suatu keadaan dimana seorang memihak pada suatu organisasi dan tujuan-tujuannya, serta berniat memelihara keanggotaannya itu.

Dita Amanah (2015) dalam penelitiannya di Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik (JEKKP) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Tembung, mendapatkan hasil bahwa Lingkungan Kerja Fisik mempunyai pengaruh yang positif sebesar 0,524 terhadap Loyalitas Nasabah. Pengaruhnya signifikan karena diperoleh nilai sig 0,000 < 0,05 atau t hitung (6,28) > t tabel (1,660). Dengan model regresi $Y = 0,336 + 0,650X_1 + 0,524X_2$.

Penelitian Indra Syafrin berjudul “Pengaruh Lingkungan Fisik, Pelayanan Konsumen dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada PT. Bank Danamon Indonesia Cabang Bukittinggi, mendapatkan hasil bahwa Lingkungan Fisik mempunyai pengaruh yang positif sebesar 0,049 terhadap Kepuasan Nasabah. Namun pengaruhnya tidak signifikan karena diperoleh nilai sig (0,341) > alpha (0,05) dari uji t. Dengan model regresi yang didapatkan $Y = -0,134 +$

$0,049X1 + 1,064X2 + 0,371X3$ dengan menggunakan SPSS 17". Hasil penelitian ini diperoleh melalui Jurnal Ekobistek Fakultas Ekonomi Vol. 7 No. 2, Oktober 2018.

Bindi Umamah dalam penelitiannya berjudul "Pengaruh *Physical Environment*, *Country of Origin* dan Promosi Penjualan Terhadap *Purchase Intention Product Mc. Donal's* Yogyakarta, mendapatkan hasil bahwa *Physical Environment* mempunyai pengaruh yang positif terhadap terhadap *Purchase Intention* sebesar 0,358. Pengaruhnya signifikan karena diperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$ dari uji t. Persamaan regresi yang didapat dalam penelitian ini adalah $Y = 2,954 + 0,358X1 + 0,231X2 + 0,292X3$ ". Hasil penelitian ini diperoleh dari Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Edisi 4 2018.

Evelina Larisa Sidharta dan Keni dalam penelitiannya berjudul "Pengaruh *Service Fairness*, *Emphaty* dan *Physical Evidence* Terhadap *Costumer Satisfaction* dan *Costumer Loyalty*, mendapatkan hasil bahwa *Physical Evidence* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Costumer Satisfaction* maupun *Costumer Loyalty*". Hasil penelitian ini didapat dari Jurnal Manajemen/Volume XIX No. 02 Juni 2015.

Adiati Hardjanti dalam penelitiannya berjudul "Peran *Interaction*, *Physical Environment* dan *Result Quality* Terhadap *Purchase Intention* dan *Word Of Mouth*, mendapatkan hasil bahwa *Psysical Environment* mempunyai nilai yang positif sebesar 0,007. Namun pengaruhnya tidak signifikan terhadap kedua variabel dependen yang ada karena diperoleh nilai sig $0,926 > \alpha 0,05$ ". Hasil dari penelitian ini diperoleh melalui Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol 11 No. 1 Mei 2011.

Dari kelima penelitian terdahulu di atas dapat kita lihat bahwa pengaruh *Psysical Environment* dilihat dampaknya oleh penulis terhadap variabel dependen yang berbeda-

beda. Tidak ada satupun dari penelitian-penelitian tersebut yang mempunyai variabel dependen yang sama dengan penelitian yang penulis lakukan. Variabel-variabel independen lainnyapun berbeda-beda antara penulis-penulis terdahulu dengan penelitian penulis.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Sijunjung pada tahun 2016 yang berjumlah sebanyak 38.247 orang. Dalam penelitian ini mengambil sampel pada nasabah Bank Nagari Cabang Sijunjung.

Sampel merupakan bagian dari populasi. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu metode *incidental sampling*. *Incidental sampling* adalah metode yang digunakan untuk menentukan sampel dengan cara menyebarkan koisioner kepada siapa saja nasabah yang ditemui saat penyebaran koisioner tanpa memperhatikan latarbelakangnya. Berdasarkan rumus Slovin, maka didapat hasil sebesar 99,27 sehingga terdapat 100 orang responden yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin
Responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan yang dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih mayoritas yaitu sebanyak 54 orang (54%) yang diikuti oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 46 orang (46%).
2. Pendidikan Nasabah
Responden berdasarkan pendidikan terakhir terdiri dari lima kelompok yaitu SMA, D3, S-1 dan S-2, yang dapat

diketahui bahwa responden berpendidikan SMA lebih mayoritas yaitu sebanyak 60 orang (60%), diikuti oleh responden yang berpendidikan S1 sebanyak 21 orang (21%), S2 sebanyak 11 orang (11%), dan sisanya adalah responden berpendidikan D3 sebanyak 8 orang (8%).

3. Usia

Responden berdasarkan usia terdiri dari lima kelompok yaitu dengan kriteria masing-masing. Dapat diketahui usia responden penelitian, bahwa sebagian besar responden dengan < 25 tahun sebanyak 60 orang (60%), disusul 25-35 tahun sebanyak 21 orang (21%),

kemudian dengan 36-45 tahun sebanyak 13 orang (13%), serta dengan 46-55 tahun dan > 55 tahun sebanyak 3 orang (3%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Hasil uji validitas untuk melihat kesahan/kesahihan pernyataan-pernyataan yang diunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Phisycal Enveronment*

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah *phisycal enveronment*. Deskriptif variabel tersebut dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1: Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Phisycal Enveronment*

No	Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keterangan
1.	Sarana dan prasarana pada Bank Nagari Cabang Sijunjung sangat baik sehingga saya akan selalu menjadi nasabah bank Nagari Cabang Sijunjung.	0,497	0,1956	Valid
2.	Gedung pada Bank Nagari Cabang Sijunjung tergolong megah sehingga nasabah merasa sangat nyaman berada dilingkungan bank.	0,359	0,1956	Valid
3.	Bank selalu memiliki alat komunikasi sebagai sarana pendekatan kepada nasabah sehingga nasabah merasa sangat dilayani.	0,486	0,1956	Valid
4.	Kursi tempat duduk untuk menunggu antrian sangat nyaman sehingga nasabah akan selalu senang berada di bank.	0,429	0,1956	Valid
5.	Bank selalu memiliki alat pendingin ruangan sehingga akan selalu terasa sejuk dan nasabah akan merasa selalu ingin ke Bank Nagari Cabang Sijunjung.	0,531	0,1956	Valid

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Dari tabel di atas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabel *phisycal enveronment* dinyatakan valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

b. Kepercayaan

Hasil pengujian validitas butir-butir pernyataan variabel kepercayaan dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2: Uji Validitas Variabel Kepercayaan

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	Nasabah selalu mengetahui apa saja produk yang terdapat di Bank Nagari Cabang Sijunjung sehingga nasabah selalu berkomitmen untuk bersama Bank Nagari.	0,299	0,1956	Valid
2.	Bank selalu memberikan penjelasan tentang seluruh produk yang dimiliki oleh bank sehingga nasabah merasa sangat dilayani dan akan selalu menjadi nasabah Bank Nagari.	0,351	0,1956	Valid
3.	Nasabah selalu beranggapan bahwa Bank Nagari merupakan bank terbaik yang dimiliki oleh masyarakat Sumatera Barat sehingga nasabah akan selalu menjaga eksistensinya.	0,370	0,1956	Valid
4.	Manfaat Bank Nagari sangat terasa bagi nasabah sehingga nasabah akan selalu memiliki rasa loyalitas terhadap Bank Nagari.	0,336	0,1956	Valid
5.	Atribut yang terdapat pada Bank Nagari tersusun rapi sehingga nasabah akan selalu merasa nyaman jika terus berada di Bank Nagari.	0,482	0,1956	Valid

Sumber : data yang diolah tahun 2016

Dari tabel di atas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabel kepercayaan dinyatakan valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

c. Komitmen nasabah

Hasil pengujian validitas butir-butir pernyataan variabel komitmen nasabah dapat dilihat pada tabel 3:

Tabel 3: Uji Validitas Variabel Komitmen Nasabah

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	Nasabah selalu berkeinginan untuk terus menjadi konsumen Bank Nagari.	0,430	0,1956	Valid
2.	Bank memiliki data yang lengkap tentang profil nasabah sehingga nasabah tidak perlu menjelaskan panjang lebar tentang profilnya.	0,517	0,1956	Valid
3.	Bank Nagari selalu terbuka dalam menerima saran dari nasabah sehingga nasabah merasa apa yang disarankannya diperhatikan oleh pihak bank.	0,254	0,1956	Valid
4.	Bank Nagari memiliki tingkat keamanan yang cukup tinggi dalam mengelola dana nasabah sehingga nasabah merasa terlindungi.	0,540	0,1956	Valid
5.	Bank Nagari juga memperhatikan tingkat keamanan dana nasabah, baik yang berada di bank ataupun yang akan didistribusikan kepada nasabah.	0,246	0,1956	Valid

Sumber : data yang diolah tahun 2016

Dari tabel di atas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabel komitmen nasabah dinyatakan valid

karena r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Hasil pengolahan data reliabilitas untuk pernyataan *phisycal enveronment*, kepercayaan, dan komitmen nasabah dapat dilihat pada tabel 4:

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	<i>Phisycal environment</i>	0,703	Reliabel
2.	Kepercayaan	0,610	Reliabel
3.	Komitmen nasabah	0,644	Reliabel

Sumber : data yang diolah tahun 2016

Pada tabel 4 terlihat bahwa dari uji reliabilitas dihasilkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel penelitian yaitu *phisycal enveronment*, kepercayaan, dan komitmen nasabah yang dihasilkan lebih besar dari 0,6 dan variabel yang diteliti memenuhi syarat

konsistensi (reliabilitas). Jadi item-item pernyataan untuk variabel *phisycal enveronment*, kepercayaan, dan komitmen nasabah dapat dipakai sebagai alat ukur dalam penelitian.

Uji Normalitas Data

Hasil pengujian dan pengolahan data tersebut dapat dilihat pada tabel 5:

Tabel 5: Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Phisycal Enveronment	Kepercayaan	Komitmen Nasabah
N		100	100	100
Normal Parameters ^a	Mean	18.8000	18.8600	19.0600
	Std. Deviation	3.14627	2.84630	3.31760
Most Extreme Differences	Absolute	.114	.130	.132
	Positive	.071	.063	.087
	Negative	-.114	-.130	-.132
Kolmogorov-Smirnov Z		1.136	1.296	1.315
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151	.069	.063

a. Test distribution is Normal.

Sumber : data yang diolah tahun 2016

Dari hasil perhitungan uji *Kolmogorov Smirnov* pada tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa variabel *phisycal enveronment* bernilai *asymp.sig (2-tailed)* sebesar $0,151 > 0,05$, variabel kepercayaan bernilai *asymp.sig (2-tailed)* sebesar $0,069 >$

$0,05$, dan variabel komitmen nasabah bernilai *asymp.sig (2-tailed)* sebesar $0,063 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal

Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 6:

Tabel 6: Uji Multikolineritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Phisycal Enveronment	.344	2.909
Kepercayaan	.344	2.909

a. Dependent Variable: Komitmen Nsabah

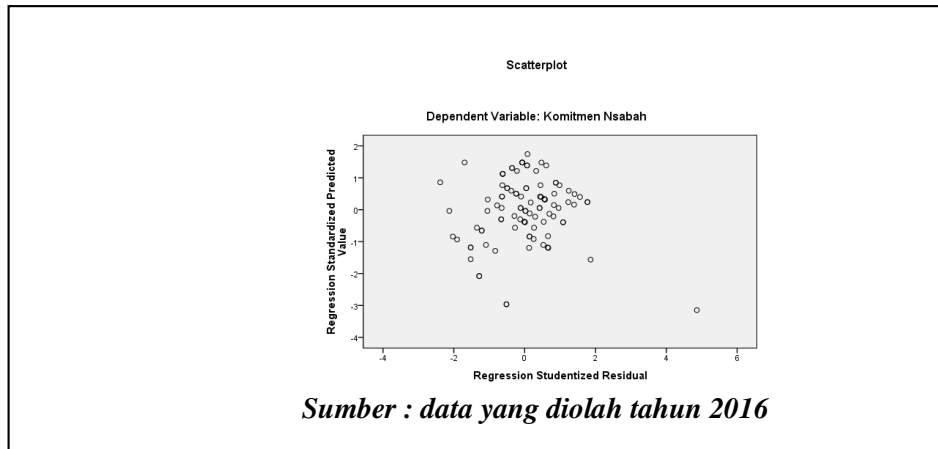
Sumber : data yang diolah tahun 2016

Dari tabel 6 di atas menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala

multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

Pengujian Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan model grafis adalah:



Gambar 2: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 dapat dijelaskan bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Sebelum uji hipotesis dilakukan maka terlebih dahulu akan dilakukan uji regresi berganda karena variabel independennya lebih dari satu. Setelah itu barulah uji t, uji f, dan uji determinasi dilakukan. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 7, yaitu:

Tabel 7: Hasil Analisis Data Untuk Persamaan Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.615	1.277		.481	.631
	Phisycal Enveronment	.253	.102	.240	2.477	.015
	Kepercayaan	.726	.113	.623	6.432	.000

a. Dependent Variable: Komitmen Nasabah

Sumber : data yang diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel 7 di atas, maka bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,615 + 0,253X_1 + 0,726X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta adalah 0,615 artinya jika tidak memperhatikan variabel *phisycal*

environment dan kepercayaan (keduanya bernilai nol) maka komitmen nasabah masih tetap ada sebesar 0,615.

2. Nilai koefisien regresi *phisycal environment* adalah positif 0,253 artinya *phisycal environment* berbanding lurus/searah dengan komitmen nasabah dimana setiap peningkatan 1 satuan

phisycal enveronment maka akan meningkatkan komitmen nasabah sebesar 0,253. Demikian juga sebaliknya jika terjadi penurunan.

3. Nilai koefisien regresi kepercayaan adalah positif 0,726 artinya kepercayaan berbanding lurus/searah dengan komitmen nasabah dimana setiap peningkatan 1 satuan kepercayaan maka akan meningkatkan komitmen nasabah sebesar 0,726. Demikian juga sebaliknya jika terjadi penurunan.

Uji t-Statistik

Berdasarkan tabel 7 hasil pengujian hipotesis pertama dapat dilihat bahwa *phisycal enveronment* memperlihatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,477 < 1,66039$), dengan nilai signifikansi sebesar 0,015. Hasil yang

Uji F Statistik

diperoleh memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,015 < \alpha 0,05$ maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *phisycal enveronment* berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ke dua seperti terlihat pada tabel 7 bahwa kepercayaan memperlihatkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,432 > 1,66039$), hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah.

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 8 adalah:

Tabel 8: Uji f Statistik ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	749.011	2	374.505	106.647	.000 ^a
	Residual	340.629	97	3.512		
	Total	1089.640	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Phisycal Enveronment

b. Dependent Variable: Komitmen Nsabab

Sumber : data yang diolah tahun 2016

Pada tabel 9 di atas terlihat nilai signifikan yang diperoleh di dalam tahapan pengujian data adalah sebesar 0,000, di dalam proses pengujian tingkat kesalahan yang digunakan adalah 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 106,647 > F_{tabel} 2,36$ maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa

phisycal environment dan kepercayaan secara keseluruhan berpengaruh terhadap komitmen nasabah pada Kantor Bank Nagari Cabang Sijunjung.

Uji Koefisiesi Determinasi (R^2)

Hasil pengujian koefisien determinasi penelitian ini dapat dilihat pada hasil pengolahan data melalui SPSS versi 16.0 tabel 9:

Tabel 9: Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.687	.681	1.87394

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Phisycal Enveronment

b. Dependent Variable: Komitmen Nasabah

Sumber : data yang diolah tahun 2016

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 10 diketahui bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,687. Hal ini berarti besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 68,7%, sisanya sebesar 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dirikan ke dalam model penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut: *phisycal enveronment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen nasabah, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Adiati Hardjanti, 2011, “Peran Interaction, Physical Environment dan Result Quality Terhadap Purchase Intention dan Word Of Mouth”, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 11 No. 1, Mei 2011:249-258

Bindi Umamah, 2018, “Pengaruh Physical Environment, Country Of Origin, dan Promosi Penjualan Terhadap Purchase Intention Product Mc. Donal’s Yogyakarta”, Jurnal Manajemen Bisnis, Indonesia Edisi 4 Tahun 2018.

Dita Amanah, 2015, “Pengaruh Kepercayaan dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Tembang”, Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik (JEKKP), April 2015.

Evelina Larisa Sidharta, Keni, 2015, “Pengaruh Service Fairness, Emphaty dan Physical Environment Terhadap Costumer Satisfaction dan Costumer Loyalty”, Jurnal Manajemen/Volume XIX, No. 02 Juni 2015:263-279.

Indra Syafrin, 2018, “Pengaruh Lingkungan Fisik, Pelayanan Konsumen dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada PT. Bank Danamon Indonesia Cabang Bukittinggi”, Jurnal Ekobistek Fakultas Ekonomi, Vol. 7 No. 2, Hal 32-39, ISSN 2301-5268, IE-ISSN: 2527-9483.

Kreitner, Robert dan Kinicki, Angelo. 2001. Perilaku Organisasi, buku 1 dan 2, Jakarta : Salemba Empat

Leblanc, Gaston and Nguyen Nha. 2002. Contact Personnel, Physical Environment and Perceived Corporate Image of Intangible Services by New Clients. International Journal of Service Industry Management, 13: 242-262.

Nevita, Sepria. 2010. Pengaruh *Physical Environment Contact Personnel*, Dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Nasabah Bank Nagari Sumatera Barat.

- Manajemen. Fakultas Ekonomi.
Universitas Andalas. Padang
Sumbar Post. 2016
- Tandjung, J.W., 2004. Marketing
Management : Pendekatan Pada Nilai-
nilai Pelanggan, Edisi Kedua, Cetakan
Kedua, Bayumedia, Publishing,
Malang
- Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa,
Yogyakarta : Bayumedia Publishing
- Wibowo, A. (2018). THE EFFECTS OF
PHYSICAL ENVIRONMENT ,
COUNTRY OF ORIGIN AND
SALES. *Jurnal Manajemen Bisnis
Indonesia*, 4, 358–367.
- Zeithmal. Valarie, Bitner & Gremler. 2013.
Service Marketing - Integrating Customer
Focus Across The Firm, Sixth Edition. New
York: McGraw Hill.