

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, CITRA
PERBANKAN DAN PERSEPSI MENGENAI SUKU BUNGA
SIMPANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG**

(Studi Kasus pada Bank BRI Unit Selayo)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok



Oleh:

NIA YOLANDA

NIM: 201000462201015

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN

SOLOK

2022

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, CITRA PERBANKAN, DAN PERSEPSI MENGENAI SUKU BUNGA SIMPANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG (STUDI KASUS PADA BANK BRI UNIT SELAYO)

**Nia Yolanda¹, Rita Dwi Putri², Nidia Anggreni Das³
Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok**

Bank BRI Unit Selayo merupakan salah satu unit kerja BRI. Bank BRI Unit Selayo selalu berusaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa nasabah di Bank BRI Unit Selayo, alasan untuk menabung di Bank BRI Unit Selayo adalah karena Bank BRI adalah bank milik pemerintah sehingga nasabah merasa aman, adanya rasa kepercayaan nasabah terhadap bank, pembukaan rekening mudah dan praktis, banyak melakukan undian sehingga memiliki peluang hadiah, memiliki kantor yang tersebar di seluruh Indonesia hingga ke pelosok, produk yang ditawarkan banyak, keuntungan bunga jika memiliki tabungan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner yang disebar dan diisi oleh Nasabah BRI Unit Selayo. Populasi penelitian ini adalah Nasabah yang memiliki simpanan di Bank BRI Unit Selayo dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Hasil uji menunjukkan bahwa pengetahuan produk tabungan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung dibuktikan dengan menggunakan t hitung $0,571 <$ nilai t tabel $1,98638$ dan signifikan $0,101 <$ $0,05$. Citra Perbankan berpengaruh terhadap keputusan menabung dengan t hitung $3,618 >$ nilai t tabel $1,98638$ dan signifikan $0,0000 <$ $0,05$. Persepsi mengenai suku bunga simpanan berpengaruh terhadap keputusan menabung dengan t hitung $4,508 >$ nilai t tabel $1,98638$ dan signifikan $0,000 <$ $0,05$. Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan produk tabungan, citra perbankan dan persepsi mengenai suku bunga simpanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung dibuktikan dengan menggunakan F hitung sebesar $15,100 >$ F tabel $2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000$ oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari pada $0,05$.

Kata kunci: Pengetahuan produk tabungan, citra perbankan, persepsi mengenai suku bunga simpanan dan keputusan menabung

ABSTRACT

THE EFFECT OF SAVING PRODUCT KNOWLEDGE, BANKING IMAGE, AND PERCEPTION OF INTEREST RATE SAVINGS FOR SAVING DECISIONS (CASE STUDY ON BANK BRI SELAYO UNIT)

Nia Yolanda¹, Rita Dwi Putri², Nidia Anggreni Das³
Mahaputra Muhammad Yamin Solok University

Bank BRI Selayo Unit is one of BRI's work units. Bank BRI Unit Selayo always strives to improve the quality of service to its customers so that they are satisfied with the services provided. From interviews conducted by researchers with several customers at Bank BRI Unit Selayo, the reason for saving at Bank BRI Unit Selayo is because Bank BRI is a government-owned bank so that customers feel safe, there is a sense of customer trust in the bank, opening an account is easy and practical, many do a lottery so that you have a chance of a prize, have offices spread throughout Indonesia to remote areas, many products offered, interest benefits if you have savings.

This type of research is a quantitative research with the data sources used in this study in the form of a questionnaire distributed and filled out by the customers of BRI Selayo Unit. The population of this research is customers who have savings in Bank BRI Unit Selayo with a total sample of 100 people.

The test results show that knowledge of savings products has no effect on saving decisions as evidenced by using t count $0.571 < t$ table value 1.98638 and significant $0.101 < 0.05$. Banking image has an effect on saving decisions with t count $3.618 > t$ table value 1.98638 and significant $0.0000 < 0.05$. Perceptions of deposit interest rates affect the decision to save with t count $4.508 > t$ table value 1.98638 and significant $0.000 < 0.05$. The results show that knowledge of savings products, banking image and perception of deposit interest rates simultaneously have an influence on saving decisions as evidenced by using F arithmetic of $15.100 > F$ table 2.70 with a significance level of 0.000 because the probability is much smaller than 0.05 .

Keywords: Knowledge of savings products, banking image, perceptions of deposit interest rates and saving decisions

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, Ratna. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Kcp Palopo.
- Assauri Sofjan. (2011). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astuti, Tri. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal* 2(1).
- Bastian, Indra. (2014). Analisa Pengaruh Citra (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2(1), 1-9.
- Budisantosa, T. & Nuritomo. (2014). Bank dan Lembaga Keuangan Lain (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Djafri, Badu, Syamsu Q. & Novianty. (2017). Kepemimpinan dan Prilaku Organisasi. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Darmawi, Herman. 2016. Manajemen Perbankan. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Dewi, Nurmala. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BTM Mentari Ngunut Tulungagung.
- Faidah, A. N., & Anam, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Masyarakat Muslim Desa

Gambiran Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang). 1524–1546.

Firdaus, R. & Maya, A. (2011). Pengantar Teori Moneter serta Aplikasinya pada Sitem Ekonomi Konvensional dan Syariah. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handoko T. Hani (2012). Manajemen (Edisi Kedua). Yogyakarta:BPFE.

Harahap, Syofyan Syafri (2015). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis, Vol 7, No. 3, November 2015, hal 227-242.*

Hermawan, Agus. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Iftia, Hidayah (2017) Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Citra Perbankan dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciakrang). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.6, No.5, Mei 2017*

Ikatan Bankir Indonesia. (2014). Mengelola Kualitas Layanan Perbankan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Indriantoro, N., Supomo, B. (2014). Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Juwita, Estri (2015) Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dan Tingkat Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Dengan Citra Perbankan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Cabang Adisucipto Yogyakarta) Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 5
No. 4, April 2015.

Kasmir. (2014). Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana.

Kusumaningrum, Desi Wulandari. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi
Tingkat Suku Bunga terhadap Minat Menabung Nasabah pada PT Bank
Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta Tahun 2014. Jurnal.
Buletin Ekonomi Vol. 11, No. 1, April 2015 hal 1-86

Martono, Nanang. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis
Data Sekunder Edisi Ke 2. Jakarta.

Maski, Ghozali. 2010. Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan
Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang.
Journal of Indonesian Applied Economics, Vol. 4 (1) :43-57

Mishkin, Frederic S. (2011). Ekonomi Uang, Perbankan, dan Pasar Perbankan
Keuangan. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Muzakir, Ali Ahmad (2019). Pengaruh Reputasi, Brand Image, Word of Mouth, Dan
Iklan terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Wilayah
Yogyakarta dan Sekitarnya (Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta). Jurnal
Nominal Vol 3 No 1 Tahun 2019.

Notoatmodjo, Soekidjo. (2012). Pendidikan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta. Rineka
Cipta.

Robertus Anindita. (2014). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan
Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-banking ,Jurnal Bisman” . Vol.2

No.1

Setiawan, M, R. (2018). Analisis Pengaruh Kepribadian (*Personality*), Reputasi (*Reputation*), Nilai (*Value*), Dan Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*) Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol.11 No.1.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfab

Sumarwan, Dendi (2011). Prilaku Konsumen. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suryabrata, Surya. (2013). Metodologi Penelitian. Jakarta: Rajawali Pers.

Sunyoto, Faidah, , D. (2013). Teori, Kuesioner & Analisis Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Susanto, Muhammad Dwi Ari (2012) Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9 No. 1, April 2012, hal: 3

Sutisna. 2011. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya

Widowati, Ayu Sekar (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Menabung Nasabah. *Jurnal Strategi Akuntansi*. Volume 2, No.2: 105-125

Zahra, Anggieta Putri (2019) Pengaruh Citra Perbankan Terhadap Keyakinan

Nasabah Menabung Di Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus BMT Amanah Ray Medan), Jurnal EMBA Vol.5 No.3 September 2019, Hal.3622-363, ISSN 2303-1174

