

**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



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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan, sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah nasabah dan keuangan. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak bank adalah lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Bank merupakan bukan sesuatu yang asing lagi oleh masyarakat. Dulunya bank hanya dikenali oleh kalangan masyarakat yang menabungkan uangnya di bank, namun semakin berkembangnya zaman bank sekarang mengakomodasikan segala kebutuhan masyarakat mengenai jasa keuangan. Mulai dari pembayaran, penerimaan gaji, transfer dana, pembayaran terhadap barang dan jasa, hingga melakukan investasi keuangan bank dapat melayani.

Keberadaan bank memiliki manfaat yang besar oleh kehidupan masyarakat dan sekitarnya. Bank tidak hanya dimiliki oleh pemerintah, namun juga ada bank swasta yang didirikan oleh pelaku usaha dalam negeri maupun luar negeri. Di Indonesia, bank yang dimiliki oleh

pemerintah contohnya adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Nasional Indonesia (BNI), Bank Mandiri dan Bank Tabungan Negara (BTN). Dengan banyaknya bank yang ada di Indonesia memberikan variasi pilihan bagi masyarakat yang ingin menabung ataupun transaksi keuangan lainnya. Bank dipilih oleh kalangan masyarakat karena dianggap aman dalam mengelola dan juga menjaga uang yang disetorkan oleh nasabah.

Persaingan yang muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran-pemikiran yang baru yang dapat membangun produk atau jasa yang memberikan nilai lebih terhadap pelanggan, supaya tidak tergeser oleh pesaing bank lainnya. Dengan semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan, maka setiap bank harus memiliki cara untuk memperoleh dana pihak ketiga dengan berbiaya murah yang memiliki kontribusi yang cukup besar. Berdasarkan Data Statistik Perbankan Indonesia per Februari 2021, dalam kegiatan usaha perbankan terdapat jumlah bank umum sebanyak 107, dengan jumlah kantor sebanyak 29.949. Persaingan yang semakin pesat menuntut bank untuk dapat mempertahankan maupun menarik nasabah sebanyak mungkin. Berbagai pendekatan dilakukan bank untuk memperebutkan nasabah baik melalui peningkatan sarana-prasarana, produk maupun pelayanan nasabah.

Keputusan menabung dengan menjadikan bank untuk menabung, karena dengan menyimpan uang di bank dapat mencegah dari pencurian atau pemakaian pribadi yang kelewat batas. Namun, banyak juga

masyarakat mengharapkan bunga dari kegiatan menabungnya di bank. Masyarakat mulai menyadari bahwa bank tidak hanya sekedar menyimpan uang saja, namun juga dapat dijadikan sarana untuk melakukan investasi seperti deposito. Adapun keuntungan menabung di bank, yaitu aman, karena uang disimpan dengan aman di bank, terjamin, karena tabungan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), berkembang, karena bank akan memberikan bunga yang dihitung berdasarkan saldo tabungan, praktis karena terdapat kemudahan layanan perbankan elektronik, dan hemat.

Keputusan menabung dapat dipengaruhi oleh adanya pengetahuan produk tabungan. Pada dasarnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada nasabah yaitu tingkat pengetahuan nasabah masih kurang karena banyak dari nasabah yang kurang memahami tentang produk tabungan yang ada di BRI, selain itu nasabah menabung di BRI hanya ikut-ikutan saja, pada hal pengetahuan produk tabungan merupakan faktor penting, karena pengetahuan adalah sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ayu Sekar Widowati, 2018) menunjukkan bahwa pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah, sehingga semakin banyak

pengetahuan yang dimiliki, maka semakin luas pemikiran nasabah tentang kegiatan menabung sehingga dapat mengolah dan membuat keputusan yang kuat untuk menabung di bank. Dengan semakin bertambahnya produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh setiap bank, sehingga masyarakat harus mengetahui produk yang ditawarkan dengan baik.

Keputusan menabung juga dapat dipengaruhi oleh citra perbankan. Agar perbankan dapat bertahan dan mampu bersaing, perbankan harus berupaya membangun citra yang positif di mata masyarakat. Citra perbankan berhubungan dengan nama bank, desain bank, variasi dari produk yang ditawarkan dan bentuk komunikasi atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Dari hasil wawancara peneliti oleh nasabah ditemukan bahwa nasabah sedikit khawatir menabung di BRI karena ada beberapa kasus uang nasabah lenyap di tabungan. Hal ini membuat citra BRI yang awalnya baik, kini tercoreng dengan kasus tersebut. Nasabah yang memiliki citra positif terhadap bank cenderung memilih bank tersebut dalam menabung. Penelitian yang dilakukan oleh (Ratna Anjani, 2020) dan (Ahmad Ali Muzakir, 2019) menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan menabung, sehingga semakin baik *brand image*, maka semakin banyak peluang bagi bank untuk mengembangkan diri dan mendapatkan kepercayaan nasabah.

Keputusan menabung juga dipengaruhi oleh tingkat suku bunga simpanan. Kegiatan operasional perbankan juga tidak lepas dari suku

bunga, baik bunga pinjaman maupun bunga simpanan. Dari hasil wawancara penelitian kepada nasabah ditemukan bahwa nasabah kurang paham mengenai suku bunga simpanan, serta kurangnya informasi yang diberikan oleh BRI mengenai suku bunga simpanan. Pada hal, dalam upaya menarik minat nasabah untuk menabung di bank dilakukan berbagai upaya. Hal ini didukung oleh penelitian tentang tingkat suku bunga simpanan dilakukan oleh (Ayu Sekar Widowati, 2018), (Tri Astuti, 2018), dan (Desi Wulandari Kusumaningrum, 2015) menunjukkan bahwa tingkat suku bunga berpengaruh positif terhadap keputusan menabung dan minat menabung nasabah, sehingga persepsi nasabah mengenai bunga simpanan yang baik dapat mendorong nasabah untuk membuat keputusan menabung.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. BRI merupakan salah satu bank bank pemerintah yang tetap mampu bersaing dengan bank-bank lain yang terus meningkat jumlahnya. Bank BRI memiliki visi yaitu menjadi *the most value banking group* di Asia Tenggara dan *champion of financial inclusion*. Misi yaitu (1) memberikan yang terbaik dengan melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat, (2) menyediakan pelayanan yang prima dengan memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja

(*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan future ready, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk management excellence*, (3) bekerja dengan optimal dan baik dengan memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik. Bank BRI memiliki unit kerja yang terdiri dari kantor pusat, kantor wilayah, kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas, BRI unit, teras BRI.

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.

Dari latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengetahui dan menjelaskan tentang pengetahuan produk tabungan, citra perbankan dan

persepsi mengenai suku bunga simpanan pada suatu bank. Oleh karena itu peneliti memilih judul dalam skripsi ini mengenai **“Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan, dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus Pada Bank BRI Unit Selayo).”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat penulis rumuskan adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BRI Unit Selayo.
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan Pengetahuan Citra Perbankan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BRI Unit Selayo.
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan Pengetahuan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BRI Unit Selayo.
4. Apakah terdapat Pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BRI Unit Selayo.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BRI Unit Selayo
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Pengetahuan Citra Perbankan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BRI Unit Selayo
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Pengetahuan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BRI Unit Selayo
4. Untuk menganalisa pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Menabung pada Bank BRI Unit Selayo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulisan ini adalah :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan dapat menerapkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan khususnya mengenai pengetahuan produk tabungan, citra perbankan dan persepsi mengenai suku bunga simpanan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai pertimbangan bagi Bank BRI dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah menabung pada Bank BRI Unit Selayo.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistmatika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab, adapun sistematika penulisan penelitian adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari deskripsi data penelitian, deskripsi hasil penelitian, statistik deskriptif, uji analisis data, uji hipotesis dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang penutup yang yang terdiri dari kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Pengetahuan produk tabungan, Citra perbankan, dan persepsi mengenai suku bunga simpanan terhadap Keputusan menabung. Penelitian ini dilakukan pada Nasabah Bank BRI Unit Selayo. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian untuk variabel pengetahuan produk tabungan (X1) menunjukkan bahwa nilai t hitung $0,571 < \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98638$ dan signifikan $0,101 < 0,05$. Artinya pengetahuan produk tabungan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.
2. Hasil penelitian untuk variabel citra perbankan (X2) menunjukkan bahwa nilai t hitung $3,618 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98638$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya citra perbankan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.
3. Hasil penelitian untuk variabel persepsi mengenai suku bunga simpanan (X3) menunjukkan bahwa nilai t hitung $4,508 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98638$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya persepsi mengenai suku

bunga simpanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

4. Berdasarkan dari uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,100 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Artinya dari hal tersebut dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,100 > 2,70$) ini menyatakan bahwa secara bersamaan atau simultan pengetahuan produk tabungan, citra perbankan dan persepsi mengenai suku bunga simpanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang akan diharapkan bermanfaat bagi perusahaan, investor, serta penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan menabung sebagai berikut:

1. Diharapkan pada BRI Unit Selayo dapat memberikan upaya lain untuk meningkatkan keputusan menabung, misalnya dengan meningkatkan layanan dalam pemberian informasi produk tabungan, meningkatkan kinerja karyawan, dan mempertahankan suku bunga simpanan yang dapat bersaing.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabelvariabel yang lain yang dapat mempengaruhi keputusan menabung selain variabel yang diangkat dalam penelitian ini dan

melengkapi teknik pengumpulan data yang digunakan serta mampu memperluas populasi dan sampel penelitian.



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

