PENGARUH PRODUK TABUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG PADA BRI CABANG BATI-BATI

Muhammad Noor Saputra
Hj. Farida Yulianti, S.E, M.M
Drs. H. Akhmad Samhudi, MM
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, Kalimantan Selatan Indonesia 18310993
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, Kalimantan Selatan Indonesia 069 809 131
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, Kalimantan Selatan Indonesia 195 99103 1002

Email : Mnsaputra54@gmail.com
Tlp : 0852 94444 1115

ABSTRAK

Muhammad Noor Saputra. 2022. Pengaruh Produk Tabungan terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Cabang Bati-Bati. Pembimbing I . Hj. Farida Yulianti Pembimbing II : H. Akhmad Samhudi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan : 1) Produk tabungan berpengaruh parsial secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati. 2) Produk tabungan berpengaruh simultan secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati? 3) Diantara indicator variabel produk tabungan keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk, macam merek yang tersedia manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Instrumen dalam penelitian ini adalah angket/kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah yang melakukan membuka pembuatan rekening baru selama bulan Februari 2022 sebanyak 72 orang nasabah. Sampel dalam penelitian ini adalah 61 orang Nasabah BRI yang melakukan membuka pembuatan rekening baru selama bulan Februari 202. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh Produk Tabungan terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Cabang Bati-Bati, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Berdasarkan pengolahan dan analisis data dengan menggunakan program SPSS for windows dapat diketahui persamaan regresinya yaitu: Y = 16.333 + 0.231X. Nilai konstanta sebesar 16.333 mempunyai makna bahwa jika tidak ada variabel produk tabungan, maka variabel keputusan nasabah sebesar 0.231. Nilai koefisien regresi sebesar 0.231 mempunyai makna bahwa, bila terjadi perubahan yang meningkat sebesar 1 (satu) pada variabel keputusan nasabah dengan menganggap faktor lain tetap maka akan mengakibatkan terjadinya perubahan peningkatan sebesar 0.231 terhadap keputusan nasabah. Hasil Uji t berdasarkan out put SPSS diperoleh hasil t hitung lebih besar dari t tabel pada taraf signifikasi 5% yaitu 16.333 > 1.99, hal ini membuktikan bahwa variabel produk tabungan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BRI Cabang Bati-Bati. Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variable independen secara serentak terhadap variabel dependen. Berdasarkan pada hasil perhitungan diketahui 0.481 artinya kemampuan variabel produk tabungan terhadap keputusan nasabah pada Pada BRI Cabang Bati-Bati sebesar 48.1 %, sedangkan sisanya 51.9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci : Produk Tabungan, Keputusan Nasabah

ABSTRACT

Muhammad Noor Saputra. 2022. Effect of Savings Products on Customer Decisions to Save at BRI Bati-Bati Branch. Advisor I . Hj. Farida Yulianti Advisor II : H. Akhmad Samhudi

This study aims to identify and prove: 1) Savings products have a significant partial effect on customer decisions to save at BRI Bati-Bati Branch. 2) Savings products have a significant simultaneous effect on customer decisions to save at BRI Bati-Bati Branch? 3) Among the variable indicators of savings products, product diversity, product variety, product availability, and types of available brands, which one is the most dominant influence on customer decisions to save at BRI Bati-Bati Branch.

This type of research is quantitative. The instrument in this research is a questionnaire/questionnaire. The population in this study are customers who open a new account during February 2022 as many as 72 customers. The sample in this study was 61 BRI customers who opened a new account during February 202. The data analysis used in this study was simple regression.

Based on the results of research on the effect of Savings Products on Customer Decisions to Save at BRI Bati-Bati Branch, it can be concluded as follows: 1) Based on data processing and analysis using the SPSS for windows program, the regression equation can be seen, namely: Y = 16,333 + 0.231X . The constant value of 16,333 means that if there is no savings product variable, then the customer decision variable is 0.231. The regression coefficient value of 0.231 means that, if there is a change that increases by 1 (one) in the customer decision variable by assuming other factors remain, it will result in an increase of 0.231 on the customer's decision. The results of the t-test based on SPSS output, the results of t-count are greater than t-table at a significance level of 5%, namely 16,333> 1.99, this proves that the savings product variable has an effect on customer decisions at BRI Bati-Bati Branch. The coefficient of determination is basically used to find out how big the percentage of the contribution of the independent variable's influence simultaneously on the dependent variable. Based on the calculation results, it is known that 0.481 means that the ability of the savings product variable to customer decisions at BRI Bati-Bati Branch is 48.1%, while the remaining 51.9% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Savings Product, Customer Decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan secara utuh bukanlah hal yang sangat mudah, dikarenakan konsumen saat ini sangatlah selektif dan kritis dalam menentukan pilihan produk maupun jasa. Oleh sebab itu pihak bank haruslah dapat melihat apa yang diinginkan oleh para konsumen. Perusahaan perbankan yang menyediakan jasa harus dapat memberikan perhatian pada kualitas yang unggul.

Mengingat loyalitas nasabah dapat dicapai jika pelanggan merasa sangat benar-benar puas dengan produk maupun jasa yang digunakan. Pemberian pelayanan terbaik hanya dapat diberikan jika perusahaan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikannya. Konsumen (nasabah) dapat menilai sebuah kualitas pelayanannya terhadap bank setelah konsumen menerima jasa atau pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut.

BRI Cabang Bati-Bati merupakan salah satu Bank yang menjalankan kegiatannya di seputaran Kantor cabang BRI Bati-Bati. Aktivitas kegiatan BRI Cabang Bati-Bati tidak selalu berjalan dengan mulus, ganjalan-ganjalan atau permasalahan sering kali muncul, adapun permasalahan yang sering dihadapi oleh BRI Cabang Bati-Bati adalah sebagai berikut:

1. Nasabah mengeluhkan tentang status simpanan uang yang mereka simpan di BRI Cabang Bati-Bati, mengapa tidak dapat menerima transferan uang atau nasabah tidak bisa mengambil uang simpanan yang disimpan di BRI Cabang Bati-Bati atau gangguan jaringan.
2. Meningkatnya volume nasabah Tabungan yang melakukan komplain melalui PBL (Pemimpin bidang layanan), permasalahan yang sering dikeluhkan adalah: disaat nasabah tidak bisa melakukan pembayaran pajak atau nasabah melakukan transaksi melebihi dua puluh lima juta rupiah.
3. Selama pandemi covid 19 banyak nasabah kecewa dengan pelayanan yang diberikan, yaitu pada pembatasan jumlah pelayanan nasabah (jumlah nasabah di batasi).

Secara tidak langsung beberapa kendala permasalahan di atas berdampak pada jumlah nasabah pada BRI Cabang Bati-Bati. Nasabah BRI Cabang Bati-Bati pada rentang waktu 2019-2021 terus mengalami jumlah penurunan nasabah. Penurunan jumlah nasabah disebabkan oleh berbagai faktor. Beberapa permasalahan yang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Produk Tabungan terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Cabang Bati-Bati.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah produk tabungan berpengaruh parsial secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati?
2. Apakah produk tabungan berpengaruh simultan secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati?
3. Diantara indicator variabel produk tabungan keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk, macam merek yang tersedia manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati?

Tujuan Penelitian Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan :

1. Produk tabungan berpengaruh parsial secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati.
2. Produk tabungan berpengaruh simultan secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati?
3. Diantara indicator variabel produk tabungan keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk, macam merek yang tersedia manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bati-Bati.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada BRI Cabang Bati-Bati Jalan Ahmad Yani Bati-Bati

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang berbentuk bilangan atau angka hasil pengukuran.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah yang melakukan membuka pembuatan rekening baru selama bulan Februari 2022 sebanyak 72 orang nasabah.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah 61 orang Nasabah BRI yang melakukan membuka pembuatan rekening baru selama bulan Februari 2022. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*

Instrumen Penelitian

Instrument utama dalam penelitian ini berupa angket/kuisioner

Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas dan Reliabilitas
2) Uji Asumsi Klasik
3) Analisis Data/Estimasi Regresi

   Untuk menentukan ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas/independen (X) terhadap variabel terikat/dependent (Y) digunakan model analisis regresi linier sederhana dengan model persamaan:

   Y= a + bX (Sugiyono, 2012:261)

   Dimana:

   Y: Keputusan Nasabah Untuk Menabung

   a: Konstanta

   b: Koefisien regresi

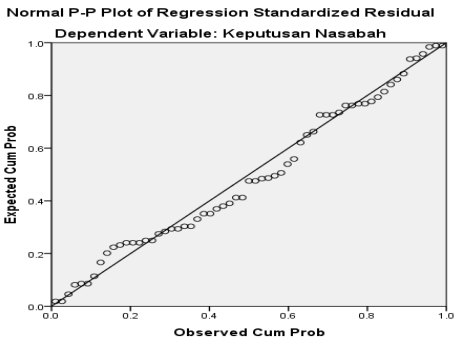
   X: Produk Tabungan
4) Uji Hipotesis

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas dapat diketahui dari mendeteksi atau melihat langsung plot sebaran data uji statistik. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan plot normal. Hasil ujinya dapat dilihat berikut ini:



Uji normalitas dengan grafik secara visual memperlihatkan data yang normal, akan tetapi terdapat kemungkinan secara statistik terjadi hal yang sebaliknya. Oleh karena itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik akan dilakukan dengan uji One Sample Kolmogorov – Smirnov (K-S) dengan menggunakan taraf signifikan > 5% atau 0.05. Interpretasinya adalah jika nilainya di atas 0.05 maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas dan jika di bawah 0.05 maka di interpretasikan sebagai tidak normal.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.38331121
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.075
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

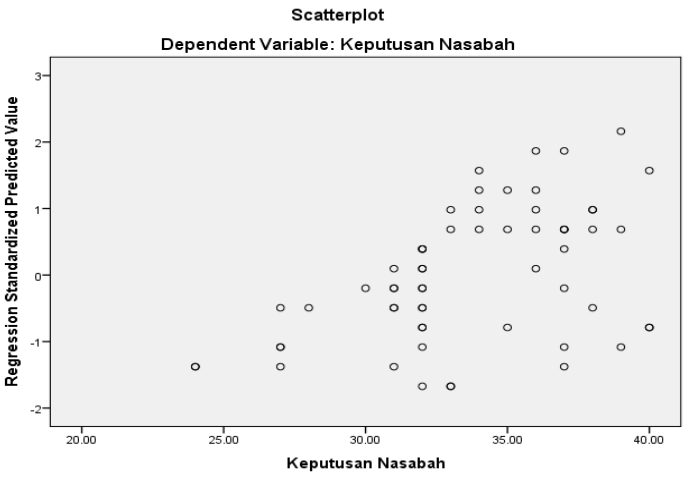
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Out Put SPSS, Data Diolah (2022)

Berdasarkan uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test pada tabel di atas diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0.200 di atas 0.05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier kesalahan pengganggu mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.



Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Titik-titik variabel independen terhadap variabel dependen yang mengisi diagram scatterplot seperti tampak pada gambar di atas tidak ditemukan adanya masalah heterokedastisitas.

Hasil Estimasi Regresi Linier Sederhana

Data angket/kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya selanjunya dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS Versi 21.0, adapun hasil estimasinya sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Estimasi Regresi Linier Sederhana

Variabel Independen	Variabel Dependen	Koefisien Regresi
Produk Tabungan	Keputusan Nasabah	0.231
Constanta	16.333	
Koefisien Determinasi	0.481	
T_{Hitung}	4.213	
T_{Tabel} taraf 5%	1.99	

Sumber: Print Out Hasil Estimasi Regresi, Data Diolah 2022

Berdasarkan pengolahan dan analisis data dengan menggunakan program SPSS for windows dapat diketahui persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 16.333 + 0.231X$$

Nilai konstanta sebesar 16.333 mempunyai makna bahwa jika tidak ada variabel produk tabungan, maka variabel keputusan nasabah sebesar 0.231.

Nilai koefisien regresi sebesar 0.231 mempunyai makna bahwa, bila terjadi perubahan yang meningkat sebesar 1 (satu) pada variabel keputusan nasabah dengan menganggap faktor lain tetap maka akan mengakibatkan terjadinya perubahan peningkatan sebesar 0.231 terhadap keputusan nasabah.

Hasil Uji t berdasarkan out put SPSS diperoleh hasil t hitung lebih besar dari t tabel pada taraf signifikasi 5% yaitu 16.333 > 1.99, hal ini membuktikan bahwa variabel produk tabungan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BRI Cabang Bati-Bati.

Uji Hipotesis

Pengaruh Produk Tabungan terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Cabang Bati-Bati dapat diketahui dari uji t. Berdasarkan tabulasi data estimasi regresi angka t_{hitung} adalah 16.333 sedangkan nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikasi 5% adalah 1.99 (tabel distribusi t). Jika angka tersebut dibandingkan nampak jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 16.333 > 1.99. Ini berarti variabel produk tabungan berpengaruh terhadap keputusan nasabahpada BRI Cabang Bati=bati pada taraf uji 5%, dengan demikian Hipotesis Nol (Ho) secara keseluruhan ditolak, sebaliknya Hipotesis Alternatif (Ha) secara keseluruhan diterima. Adapun hipotesis yang diajukan:

Ha : Produk Tabungan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Cabang Bati-Bati. DI TERIMA

Ho : Produk Tabungan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Cabang Bati-Bati. DI TOLAK

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variable independen secara serentak terhadap variabel dependen. Berdasarkan pada hasil perhitungan diketahui 0.481 artinya kemampuan variabel produk tabungan terhadap keputusan nasabah pada Pada BRI Cabang Bati-Bati sebesar 48.1 %, sedangkan sisanya 51.9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Produk Tabungan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Cabang Bati-Bati. Nuryadin (2012:115) produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk disini bisa berupa apa saja yang dapat ditawarkan kepada nasabah potensial untuk meberikan pelayanan yang baik tentang produk tabungan kepada nasabah.

Nasabah terkadang memutuskan untuk memilih produk tabungan tanpa memiliki rencana terlebih dahulu. Keinginan untuk memilih produk tabungan tersebut sering kali muncul karena banyak jenis produk tabungan atau banyaknya menu pilihan tabungan yang disediakan oleh pihak bank. Keputusan dapat terjadi ketika nasabah dihadapkan oleh pemilihan dari dua atau lebih alternatif yang ada, artinya syarat nasabah dapat membuat keputusan haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan,

Bank dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan begitu maka produk bank yang ditawarkan dapat bersaing di masyarakat, sehingga menjadikan nasabah memiliki banyak alternatif pilihan produk tabungan sebelum mengambil keputusan untuk memilih produk tabungan yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk tabungan dapat diketahui oleh nasabah dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk memilih dari produk tabungan tersebut.

Kemampuan variabel produk tabungan terhadap keputusan nasabah pada Pada BRI Cabang Bati-Bati sebesar 48.1 %, sedangkan sisanya 51.9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan suatu keputusan. Sebelum melakukan pemilihan produk tabungan untuk memutuskan mana produk tabungan yang akan dipilih, nasabah biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk tabungan. Keputusan memilih produk tabungan merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk memilih produk yang ditawarkan oleh pihak bank.

Keputusan nasabah akan pemilihan produk tabungan yang mencakup penentuan apa yang akan diputuskan atau tidak keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri, dalam Ligia 2018). Keputusan nasabah memilih produk tabungan adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif untuk memutuskan pemilihan produk tabungan

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh Produk Tabungan terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Cabang Bati-Bati, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengolahan dan analisis data dengan menggunakan program SPSS for windows dapat diketahui persamaan regresinya yaitu:

   $Y = 16.333 + 0.231X$

   Nilai konstanta sebesar 16.333 mempunyai makna bahwa jika tidak ada variabel produk tabungan, maka variabel keputusan nasabah sebesar 0.231. Nilai koefisien regresi sebesar 0.231 mempunyai makna bahwa, bila terjadi perubahan yang meningkat sebesar 1 (satu) pada variabel keputusan nasabah dengan menganggap faktor lain tetap maka akan mengakibatkan terjadinya perubahan peningkatan sebesar 0.231 terhadap keputusan nasabah.
2. Hasil Uji t berdasarkan out put SPSS diperoleh hasil t hitung lebih besar dari t tabel pada taraf signifikasi 5% yaitu 16.333 > 1.99, hal ini membuktikan bahwa variabel produk tabungan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BRI Cabang Bati-Bati.

   Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variable independen secara serentak terhadap variabel dependen. Berdasarkan pada hasil perhitungan diketahui 0.481 artinya kemampuan variabel produk tabungan terhadap keputusan nasabah pada Pada BRI Cabang Bati-Bati sebesar 48.1 %, sedangkan sisanya 51.9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian maka dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat

1. Bagi BRI Cabang Bati-bati sebaiknya memperhatikan keluhan nasabah, sehingga jika terjadi kritikkan bisa diperbaiki serta ditingkatkan lagi kinerjanya, sehingga nasabah akan tetap menggunakan produk dari Bank BRI karena pelayanan yang diberikan baik.
2. Bagi Peneliti yang akan datang

   Peneliti yang akan datang yang berminat untuk mengadakan penelitian dengan topik yang serupa dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai salah satu referensi, serta disarankan agar menambah variabel yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Kasmir, 2012, *Pemasaran Bank*, Prenada Media, Jakarta

Ligia Agnes Pratisitia Walukow. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa*. Jurnal EMBA Vol 2 No 3

Nuryadin, Asli. 2012. *Manajemen Perusahaan*. Yogyakarta. LaksBang

Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. LaksBang

Rachmat, Trijono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Papas Sinar Sinanti

Riduwan. 2015. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.

Sangadji, Mamang, Etta. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, Andi.

Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.

Tjiptono, Fandi dan Diana. 2020. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi