

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, REPUTASI
BANK, DAN PERSEPSI NASABAH MENGENAI SUKU BUNGA
SIMPANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
NASABAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh
Ayun Sekar Widowati
14812141033

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, REPUTASI BANK, DAN PERSEPSI NASABAH MENGENAI SUKU BUNGA SIMPANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH

SKRIPSI

Oleh:
AYUN SEKAR WIDOWATI
14812141033

Telah disetujui dan disahkan
Pada tanggal 2 Juli 2018

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi
Jurusan Pendidikan Akuntansi
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui
Dosen Pembimbing



RR. Indah Mustikawati, M.Si., Ak., CA
NIP. 19681014 199802 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, REPUTASI BANK, DAN PERSEPSI NASABAH MENGENAI SUKU BUNGA SIMPANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH

Oleh:
AYUN SEKAR WIDOWATI
14812141033

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 13 Juli 2018
dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dhyah Setyorini, M.Si., Ak.	Ketua Penguji		24 / 07 / 2018
RR. Indah Mustikawati, M.Si., Ak., CA	Sekretaris		24 / 07 / 2018
Mimin Nur Aisyah, M.Sc., Ak	Penguji Utama		23 / 07 / 2018

Yogyakarta, 25 Juli2018
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayun Sekar Widowati

NIM : 14812141033

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK
TABUNGAN, REPUTASI BANK, DAN PERSEPSI
NASABAH MENGENAI SUKU BUNGA SIMPANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 2 Juli 2018

Penulis



Ayun Sekar Widowati

NIM. 14812141033

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, REPUTASI BANK,
DAN PERSEPSI NASABAH MENGENAI SUKU BUNGA SIMPANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
NASABAH**

Oleh:
AYUN SEKAR WIDOWATI
14812141033

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y, (2) pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y, (3) pengaruh Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y, (4) pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan di Bank X Unit Y. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah : (1) Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (2) Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (3) Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (4) Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

Kata kunci: Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan, Keputusan Menabung Nasabah

**THE EFFECT OF SAVINGS PRODUCTS KNOWLEDGE, BANK
REPUTATION, AND CUSTOMER PERCEPTION ON DEPOSIT
INTEREST RATE ON THE CUSTOMER SAVING DECISION**

By:
AYUN SEKAR WIDOWATI
14812141033

ABSTRACT

This study aims to analyze (1) the influence of Savings Products Knowledge toward Customer Saving Decision at Bank X Unit Y, (2) the influence of Bank Reputation toward Customer Saving Decision at Bank X Unit Y, (3) the influence of Customer Perception on Deposit Interest Rate toward Customer Saving Decision at Bank X Unit Y, (4) the influence of Savings Product Knowledge, Bank Reputation, and Customer Perception on Deposit Interest Rate toward Customer Saving Decision at Bank X Unit Y.

This study is included in the comparative causal study and used a quantitative approach. The population in this study were customers who have saving at Bank X Unit Y. The number of samples in this study were 80 samples. Data were collected through questionnaire distribution. Instrument test used validity and reliability test. Classic assumption test included normality test, linearity test, multicollinearity test, and heteroskedasticity test. The data analysis techniques were simple regression analysis and multiple regression analysis

The results of this study are: (1) Savings Products Knowledge positively affects toward Customer Saving Decision, (2) Bank Reputation positively affects toward Customer Saving Decision, (3) Customer Perception on Deposit Interest Rate positively affects toward Customer Saving Decision, (4) Savings Products Knowledge, Bank Reputation, and Customer Perception on Deposit Rate simultaneously influence the Customer Saving Decision.

Keyword: *Savings Products Knowledge, Bank Reputation, Customer Perception on Deposit Interest Rate, Customer Saving Decision*

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi
(pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah Maha
Mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al-Baqarah 216)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah 5-6)

“Semua impian kita dapat menjadi nyata, jika kita memiliki keberanian untuk
mengejar mereka”

(Walt Disney)

“People who never make mistakes are those who never try new things”

(Albert Einstein)

“Terasa sulit ketika aku merasa harus melakukan sesuatu. Tetapi, menjadi mudah
ketika aku menginginkannya”

(Annie Gottlier)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahum, Tugas Akhir Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Drs. Bugiswanto dan Ibu Lilik Suprihatin yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.
2. Kedua kakakku tersayang, Gentur Bayu Yan Widyarko dan Anni Kartika Dewi, S.Pd yang selalu memberikan bantuan, doa, dan dukungan tanpa henti.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah” dengan lancar.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. RR. Indah Mustikawati, M.Si., Ak., CA., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, kritik dan saran, serta arahan yang membangun selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
4. Dr. Denies Priantinah, M.Si., Ak., CA., Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Mimin Nur Aisyah, M.Sc., Ak., narasumber yang telah memberikan kritik dan saran, serta arahan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
7. Segenap karyawan Bank X Kantor Cabang Yogyakarta, dan Bank X Unit Y yang telah memberikan izin dan bantuan dalam penelitian.
8. Segenap nasabah penyimpan (responden) yang membantu penulis dalam memperoleh data skripsi.
9. Ayah, Ibu, dan kedua Kakakku yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa tanpa lelah dan tanpa henti.
10. Teman-teman Akuntansi A 2014 yang telah kebersamaan selama proses studi.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan bantuan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Dengan demikian, saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan Tugas Akhir Skripsi ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 2 Juli 2018

Penulis

Ayun Sekar Widowati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Teori.....	12
1. Keputusan Menabung Nasabah	12
a. Definisi Keputusan Menabung Nasabah	12
b. Tahap-tahap Keputusan Menabung Nasabah.....	14
c. Indikator Keputusan Menabung Nasabah	16
2. Pengetahuan Produk Tabungan	18
a. Definisi Pengetahuan Produk Tabungan	18
b. Kategori Pengetahuan Produk.....	19

c. Indikator Pengetahuan Produk Tabungan	20
3. Reputasi Bank	21
a. Definisi Reputasi Bank	21
b. Pembentukan Reputasi	22
c. Peranan Reputasi Bank	23
d. Indikator Reputasi Bank	24
4. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	26
a. Definisi Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	26
b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Penetapan Suku Bunga	27
d. Jenis-jenis Bunga	28
c. Fungsi Suku Bunga	28
e. Metode Penetapan Bunga Simpanan	29
f. Indikator Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	30
B. Penelitian Relevan	31
C. Kerangka Berpikir	34
D. Paradigma Penelitian	39
E. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Desain Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi	42
2. Sampel	42
D. Definisi Operasional Variabel	44
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	46
1. Teknik Pengumpulan Data	46
2. Instrumen Pengumpulan Data	47
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	51
G. Teknik Analisis Data	55
1. Analisis Statistik Deskriptif	56
2. Uji Asumsi Klasik	58
a) Uji Normalitas	58
b) Uji Multikolinearitas	59
c) Uji Heteroskedastisitas	60

d) Uji Linearitas.....	60
3. Uji Hipotesis	61
a. Analisis Regresi Sederhana.....	61
b. Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Data Umum Responden.....	65
1. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
2. Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	66
3. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4. Identifikasi Nasabah Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	69
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	70
1. Keputusan Menabung Nasabah	70
2. Pengetahuan Produk Tabungan	73
3. Reputasi Bank.....	75
4. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan.....	78
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	81
1. Uji Normalitas	81
2. Uji Multikolinearitas	82
3. Uji Heteroskedastisitas	83
4. Uji Linearitas	84
D. Hasil Uji Hipotesis.....	85
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
F. Keterbatasan Penelitian	107
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	108
A. Simpulan.....	108
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Bobot Nilai Instrumen Penelitian dengan Modifikasi.....	48
2. Kisi-kisi Instrumen Variabel Pengetahuan Produk Tabungan	49
3. Kisi-kisi Instrumen Variabel Reputasi Bank	49
4. Kisi-kisi Instrumen Variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	50
5. Kisi-kisi Instrumen Variabel Keputusan Menabung Nasabah	50
6. Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Menabung Nasabah.....	52
7. Hasil Uji Validitas Instrumen Pengetahuan Produk Tabungan.....	52
8. Hasil Uji Validitas Instrumen Reputasi Bank	53
9. Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	54
10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	55
11. Kategorisasi Kecenderungan Variabel	58
12. Rangkuman Jumlah Instrumen.....	65
13. Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Menabung Nasabah	70
14. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Menabung Nasabah	71
15. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Variabel Keputusan Menabung Nasabah	72
16. Hasil Statistik Deskriptif Pengetahuan Produk Tabungan	73
17. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Produk Tabungan	74
18. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Variabel Pengetahuan Produk Tabungan	75
19. Hasil Statistik Deskriptif Reputasi Bank	76
20. Distribusi Frekuensi Variabel Reputasi Bank	77
21. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Variabel Reputasi Bank	78
22. Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	79
23. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan.....	80
24. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	81
25. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	82
26. Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
27. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	84
28. Hasil Uji Linearitas	85
29. Ringkasan Hasil Regresi Hipotesis 1	86
30. Ringkasan Hasil Regresi Hipotesis 2	88

31. Ringkasan Hasil Regresi Hipotesis 3	91
32. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Perkembangan Jumlah Tabungan Bank X 2014-2017	3
2. Paradigma Penelitian.....	39
3. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4. Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	67
5. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
6. Identifikasi Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Uji Coba Instrumen.....	120
2. Data Uji Coba Instrumen	126
3. Uji Coba Instrumen	128
4. Kuesioner Penelitian	134
5. Deskriptif Data Penelitian	140
6. Frekuensi Karakteristik Responden	153
7. Statistik Deskriptif	154
8. Uji Asumsi Klasik.....	164
9. Uji Hipotesis	167

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Apabila dilihat dari sejarahnya, kegiatan perbankan pada awalnya dimulai dari jasa penukaran uang (Kasmir, 2013: 27). Kegiatan operasional perbankan kemudian berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang yang sekarang disebut dengan kegiatan simpanan. Uang yang disimpan oleh masyarakat pada bank dipinjamkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkannya. Jasa-jasa bank lainnya menyusul sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam.

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia cukup signifikan dari waktu ke waktu. Berdasarkan data Statistik Perbankan per Desember 2017, jumlah bank umum di Indonesia tercatat sebanyak 115 bank dengan jumlah kantor bank umum yang meningkat sebanyak 2.340 dari tahun 2012. Melihat jumlah tersebut, masing-masing bank dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat dan kompetitif untuk menjaga kelangsungan usahanya. Demi mencapainya, bank menjalankan fungsi intermediasi sebagai penghimpun dana untuk memperoleh modal agar dapat disalurkan kembali kepada masyarakat melalui kredit. Penghimpunan dana bank berasal dari beberapa sumber antara

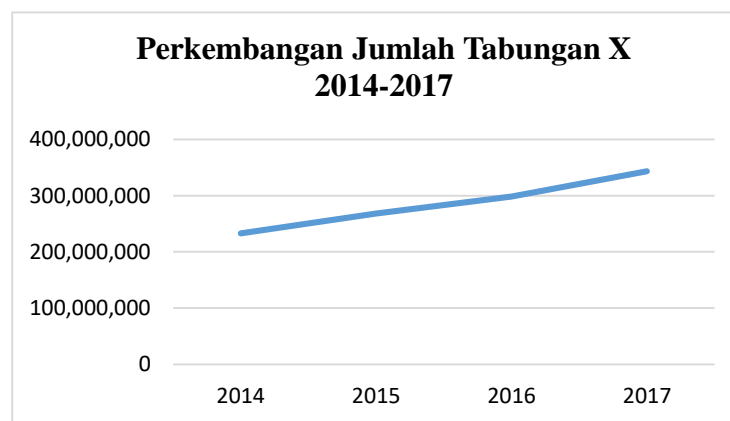
lain dana sendiri, dana dari deposan (dana pihak ketiga), dana pinjaman, dan sumber dana lain (Budisantosa, 2014: 124).

Kelangsungan hidup perbankan erat kaitannya dengan dana pihak ketiga. Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2015: 21), dana pihak ketiga berperan penting dalam menggerakkan semua komponen yang ada pada bank. Sumber dana pihak ketiga tersebut dapat berupa giro, deposito, dan tabungan nasabah perorangan atau badan (Budisantosa, 2014: 124). Perkembangan jumlah perbankan di Indonesia berakibat pada meningkatnya persaingan antarbank dalam upaya memperoleh dana pihak ketiga. Hingga tahun 2017, persaingan bank-bank besar maupun bank-bank kecil untuk memperebutkan dana pihak ketiga berbiaya murah masih terus terjadi. Sumber dana berbiaya murah adalah sumber dana yang memiliki beban biaya, namun tergolong sebagai beban biaya murah. Salah satu sumber dana berbiaya murah adalah tabungan (Leon, 2007: 36).

Melihat semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan, maka setiap bank harus memiliki strategi tepat untuk memperoleh dana pihak ketiga berbiaya murah yang memiliki kontribusi yang cukup besar. Kontribusi tabungan dalam meningkatkan dana pihak ketiga (DPK) bank tidak dapat diragukan. Penelitian yang dilakukan oleh Juliandi, dkk (2015) membuktikan bahwa produk-produk tabungan berpengaruh positif dalam meningkatkan dana pihak ketiga. Di sisi lain, tabungan merupakan instrumen penghimpun dana yang populer di kalangan masyarakat. Hampir seluruh lapisan masyarakat dapat

membuka rekening tabungan karena persyaratan yang relatif lebih mudah dan saldo awal yang tidak terlalu besar. Hal tersebut tercermin dari jumlah rekening tabungan per Desember 2017 yang memiliki jumlah terbesar dibandingkan jenis simpanan lain (Lembaga Penjamin Simpanan, 2017).

Bank X merupakan bank milik pemerintah pertama dan terbesar yang selalu berusaha mengembangkan strategi guna menjaga kegiatan operasionalnya. Pada tahun 2017, PT. Bank X mengandalkan penghimpunan dana pihak ketiga sebagai sumber pendanaan. Tabungan merupakan dana pihak ketiga yang cukup berkontribusi dalam sumber pendanaan PT Bank X. Kontribusi tabungan dapat dilihat dari perkembangan jumlah tabungan PT. Bank X yang terus mengalami peningkatan selama empat tahun terakhir.



Gambar 1. Perkembangan Jumlah Tabungan Bank X 2014-2017

Perkembangan jumlah tabungan PT. Bank X tidak terlepas dari peran kantor cabang sebagai salah satu alternatif dalam memperoleh dana pihak ketiga. PT. Bank X tercatat telah memiliki 9.808 unit kerja di seluruh Indonesia dan mancanegara. Salah satu kantor dari PT. Bank X yang berperan dalam

memperoleh dana pihak ketiga adalah Bank X Unit Y yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta. Bank X Unit Y mampu menghimpun dana masyarakat dari berbagai kalangan.

Pada dasarnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Produk dan stimulus bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat, dapat mendorong masyarakat untuk membuat keputusan menabung. Dengan demikian, penting bagi bank untuk menjaga dan mengembangkan produk/jasa, proses, manusia, dan aspek lain yang memengaruhi masyarakat sebagai pembuat keputusan.

Produk merupakan salah satu strategi bank untuk memperoleh nasabah. Produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh masing-masing bank kian bertambah seiring dengan banyaknya jumlah lembaga perbankan yang ada, sehingga masyarakat harus mengenali kebutuhan dan seluk-beluk produk yang ditawarkan dengan lebih baik. Pemahaman dan pengetahuan nasabah penyimpan mengenai produk sangat penting, karena pengetahuan merupakan dasar keputusan nasabah sebagai konsumen bank.

Pengetahuan nasabah tentang produk akan menjadi faktor yang digunakan untuk mempertimbangkan keputusan menabung. Akan tetapi, survei yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016 menemukan hasil bahwa, indeks literasi (pengetahuan) keuangan di Indonesia hanya 29,66%. Indeks literasi tersebut tergolong rendah jika dibandingkan dengan

Malaysia, Singapura, Thailand, dan Filipina. Masyarakat di Indonesia dinilai belum begitu memahami produk-produk keuangan, seperti bank, asuransi, dan pasar modal. Padahal, ketika masyarakat memiliki pengetahuan produk keuangan dan menjadikannya prinsip dalam pengambilan keputusan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat dalam perencanaan tabungan masa depan (Brown & Graf, 2013:11).

Reputasi dapat menjadi aspek yang harus diperhatikan oleh bank. Salah satu alasan utama konsumen membuat keputusan menabung adalah reputasi bank. Penelitian yang dilakukan Almosawi (1991) menyatakan bahwa salah satu atribut penting yang dipertimbangkan nasabah adalah reputasi bank. Kewajiban dalam mengelola reputasi perusahaan menjadi tanggung jawab bersama seluruh bagian dalam perusahaan. Akan tetapi, mengelola reputasi bukan menjadi hal yang mudah, bahkan kehilangan reputasi lebih mudah dibandingkan usaha untuk membangun reputasi tersebut. Reputasi perusahaan dapat hancur dalam sekejap melalui sebuah pemberitaan buruk yang menyangkut nama perusahaan (Nova, 2011: 307).

Maraknya kasus kejahatan perbankan yang terjadi pada sejumlah bank di Indonesia berimbas terhadap risiko reputasi bank terkait. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa nasabah penyimpan di Bank X Unit Y memberikan hasil bahwa sebagian besar nasabah menyatakan alasan utama menabung di bank adalah faktor keamanan dan dilandasi oleh kepercayaan nasabah terhadap bank. Berdasarkan pengungkapan alasan tersebut, tidak dapat

dipungkiri apabila nasabah penyimpan yang menjadi korban kejahatan perbankan lebih memilih untuk melakukan pemblokiran rekening, atau bahkan memutuskan hubungan dengan bank terkait. Kasus-kasus perbankan yang terjadi dapat mengakibatkan turunnya kepercayaan nasabah. Dengan demikian, reputasi bank dapat memberikan pengaruh pada perilaku dan keputusan pelanggan karena layanan yang ditawarkan oleh bank bersifat tidak berwujud (Rosa, 2012: 400).

Kegiatan operasional perbankan juga tidak lepas dari suku bunga, baik bunga pinjaman maupun bunga simpanan. Bunga simpanan merupakan salah satu faktor yang seringkali dipertimbangkan oleh masyarakat sebelum menginvestasikan dananya di bank. Suku bunga yang tinggi akan mendorong investor untuk menanamkan dananya di bank daripada menginvestasikannya pada sektor produksi atau industri yang memiliki tingkat risiko lebih besar (Khalwaty, 2000: 144). Ketika tingkat suku bunga tinggi atau naik maka volume tabungan di bank akan naik, sedangkan pada tingkat suku bunga rendah cenderung akan mengurangi volume tabungan di bank. Minat nasabah untuk menabung di bank cenderung lebih tinggi ketika tingkat suku bunga naik dengan harapan *return* yang akan diterima nasabah juga akan naik (Darmawi, 2006:181). Keadaan tersebut berarti bahwa bunga akan memengaruhi jumlah simpanan di bank. Dengan demikian, sumber dana dan kelangsungan usaha bank juga tergantung pada suku bunga simpanan.

Usaha untuk menarik nasabah penyimpan melalui suku bunga

berakibat pada tingginya suku bunga dana perbankan dan dinilai telah melebihi batas kewajaran. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kemudian menetapkan batas maksimum suku bunga dana pihak ketiga (DPK) mulai Oktober 2014 untuk menurunkan suku bunga simpanan. Meskipun tingkat suku bunga simpanan terus menyusut, dana pihak ketiga (DPK) yang bersumber dari tabungan masyarakat justru terus mengalami kenaikan (Laucereno, 2017). Keadaan tersebut dapat berarti bahwa bunga simpanan tidak lagi berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Hasil penelitian Priyadi & Taufiq (2016: 228) menemukan bahwa suku bunga tabungan tidak lagi berpengaruh terhadap tabungan masyarakat. Berbeda dengan hasil penelitian Juwanita (2015: 100) yang memberikan hasil bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan mendorong minat menabung. Dengan demikian, terjadi perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh suku bunga simpanan terhadap kegiatan menabung.

Berdasarkan permasalahan dan adanya *research gap* di atas, penulis tertarik untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan jumlah perbankan di Indonesia, menghadapi bank dalam persaingan memperoleh dana pihak ketiga demi mempertahankan kelangsungan usahanya. Sementara itu, dana pihak ketiga berasal dari masyarakat sebagai pembuat keputusan dalam menggunakan layanan perbankan.
2. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat Indonesia terhadap produk keuangan khususnya perbankan, dapat berakibat pada rendahnya kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya di bank
3. Dana pihak ketiga yang bersumber dari tabungan masyarakat justru mengalami kenaikan meskipun suku bunga simpanan mengalami penurunan
4. Kepercayaan nasabah terhadap bank menurun akibat adanya kasus kejahatan perbankan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah hanya pada pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Responden dalam penelitian ini

adalah nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan di Bank X Unit Y.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah yang telah diuraikan, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y?
2. Bagaimana pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y?
3. Bagaimana pengaruh Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y?
4. Bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y.
2. Menganalisis pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y.
3. Menganalisis pengaruh Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y.

4. Menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank X Unit Y.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pengembangan ilmu akuntansi pada umumnya dan perbankan pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan, dan pengetahuan berpikir, serta menerapkan ilmu yang diperoleh mengenai perbankan dalam penelitian.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan pengembangan bagi penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang, khususnya mengenai pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah mengenai Suku

Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

c. Bagi Bank X Unit Y

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi Bank X Unit Y dalam upaya pengembangan strategi yang digunakan untuk menghadapi kompetisi dunia perbankan.

d. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan Keputusan Menabung Nasabah, sehingga dapat memberikan dorongan bagi nasabah untuk membuat keputusan yang memadai berkenaan dengan keputusan menabung di bank.

e. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai dunia perbankan, sehingga dapat memberikan motivasi kepada masyarakat dalam menentukan keputusan investasinya pada sebuah bank tertentu.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Keputusan Menabung Nasabah

a. Definisi Keputusan Menabung Nasabah

Handoko (2012: 130) mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan alternatif untuk mencapai tujuan. Lebih lanjut pembuatan keputusan didefinisikan sebagai penentuan serangkaian kegiatan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Setiadi (2008: 18) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu tindak lanjut dari cara pemecahan masalah dari aktivitas manusia yang dilakukan sadar, terarah dan memiliki keterkaitan dengan masa yang akan datang karena pengaruhnya berlangsung cukup lama. Pengambilan keputusan dapat lebih terarah apabila mengetahui lebih dahulu tujuan dari diambilnya suatu keputusan, dan mengidentifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah (Hasan, 2002: 11).

Aktivitas menabung di bank adalah bentuk keputusan penggunaan (pembelian) jasa simpanan yang ditawarkan bank. Menurut konsep jual-beli, posisi bank adalah sebagai penjual, dan posisi nasabah sebagai konsumen (pembeli). Keputusan pembelian merupakan pemilihan dua atau lebih alternatif pilihan pembelian (Shiffman & Kanuk, 2004: 257).

Sementara itu, Harahap (2015: 227) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif dengan tindak lanjut yang nyata.

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan menyebutkan bahwa nasabah terbagi menjadi nasabah penyimpan dan nasabah debitur. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dana yang mereka miliki pada bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian yang dilakukan antara bank dengan nasabah yang bersangkutan. Selanjutnya, nasabah debitur didefinisikan sebagai nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Menurut Yamit (2002: 75) nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan bank dan mereka adalah pengguna produk. Sementara itu, Lupiyoadi (2001: 143) mendefinisikan nasabah sebagai seseorang yang secara kontinu dan berulang datang ke bank untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk/jasa tersebut. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah merupakan pihak yang menempatkan dana dalam bentuk simpanan atau mendapatkan suatu jasa kredit dari bank.

Nasabah yang bertindak sebagai pembuat keputusan menabung merupakan nasabah penyimpan yang memanfaatkan jasa penyimpanan dana di bank. Dengan demikian, Keputusan Menabung Nasabah dapat diartikan sebagai pemilihan atas dasar logika atau pertimbangan untuk memilih satu dari beberapa alternatif yang dilakukan secara sadar oleh pihak yang menempatkan dananya ke bank dalam bentuk simpanan.

b. Tahap-tahap Keputusan Menabung Nasabah

Menabung merupakan kegiatan penggunaan produk tabungan oleh nasabah yang berperan sebagai konsumen dari jasa yang ditawarkan bank. Nasabah akan mempertimbangkan berbagai hal sebelum menggunakan suatu produk tabungan. Setelah menggunakan suatu produk tabungan tertentu, nasabah akan memberikan respon positif atau negatif terhadap produk tersebut. Dengan demikian, Keputusan Menabung Nasabah melalui beberapa tahapan dari sebelum melakukan penggunaan produk sampai setelah melakukan penggunaan produk (*pasca* pembelian). Tahapan tersebut dikonseptualkan dalam model lima tahap (Sunyoto, 2013: 86), antara lain:

1) Pengenalan masalah

Kebutuhan merupakan masalah yang timbul dari dalam diri konsumen yang digerakkan oleh rangsangan dari dalam maupun dari luar. Kebutuhan calon nasabah untuk menyimpan uang yang dimiliki secara aman merupakan masalah yang timbul dari diri calon nasabah. Rangsangan yang

ada menyebabkan calon nasabah mengenal suatu masalah, sehingga bank perlu untuk mengetahui jawaban mengenai masalah yang dirasakan, apa yang menyebabkan semua itu muncul dan bagaimana kebutuhan atau masalah tersebut muncul, serta bagaimana kebutuhan atau masalah tersebut menyebabkan seseorang mencari produk tertentu.

2) Pencarian informasi

Calon nasabah akan mencari informasi tentang bank serta produk yang bisa memuaskan keinginannya setelah timbulnya suatu kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari luar dan dorongan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pencarian informasi tergantung pada kuat lemahnya kebutuhan konsumen. Selanjutnya, penilaian dapat dilakukan pada sejumlah informasi yang telah diperoleh.

3) Penilaian alternatif

Informasi yang diperoleh calon nasabah digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang timbul serta daya tarik dari masing-masing alternatif.

4) Keputusan menabung

Tahap evaluasi mengakibatkan terbentuknya preferensi di antara alternatif-alternatif mereka. Produk dengan merek yang disukai nasabah adalah produk yang akan digunakan. Faktor sosial dan faktor situasi juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai seseorang untuk melakukan pembelian (penggunaan) produk.

5) Perilaku setelah penggunaan produk

Setelah melakukan penggunaan produk, maka nasabah akan merasakan puas atau tidak puas terhadap produk yang digunakan. Bagi bank, perilaku setelah pembelian (penggunaan) produk merupakan hal yang menarik untuk diperhatikan. Pengharapan nasabah agar bisa terpuaskan melalui produk yang digunakan dapat timbul dari pesan-pesan yang diterima.

c. Indikator Keputusan Menabung Nasabah

Proses keputusan menabung yang dikonseptualkan dalam lima tahap proses pembelian dapat diukur menggunakan beberapa indikator mengenai keputusan pembelian. Menurut Kotler (1995: 70) ada empat indikator keputusan pembelian, yaitu kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang. Selanjutnya, Hidayatullah (2017: 29) menggunakan tiga hal untuk mengukur keputusan pembelian, yakni menetapkan pilihan kepada produk, mantap untuk membeli, dan yakin untuk membeli. Penelitian lainnya dari Ilmaya (2011: 16) mengemukakan bahwa salah satu indikator keputusan pembelian adalah kesediaan untuk berkorban waktu, biaya dan tenaga mendapatkan produk tersebut (*perception of sacrifice*).

Berdasarkan beberapa indikator keputusan pembelian di atas, indikator Keputusan Menabung Nasabah dalam penelitian ini adalah:

1) Menetapkan pilihan pada produk tabungan

Sebelum menggunakan suatu produk tabungan, calon nasabah menetapkan kriteria-kriteria mengenai produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan.

2) Keyakinan nasabah pada sebuah produk tabungan

Setelah melalui tahap pencarian informasi mengenai produk tabungan yang sesuai dengan kriteria-kriteria yang ditetapkan calon nasabah, maka calon nasabah akan membuat keputusan pembelian. Produk tabungan yang sesuai dengan kriteria akan dipilih untuk digunakan.

3) Kesiediaan nasabah untuk berkorban

Perilaku setelah pembelian ditunjukkan ketika nasabah telah merasakan dampak dari penggunaan produk tabungan. Apabila dampak penggunaan produk bernilai positif, maka nasabah akan memiliki kesiediaan untuk berkorban demi menggunakan produk tersebut. Kesiediaan nasabah untuk berkorban meliputi kesiediaan untuk mengorbankan waktu, biaya, dan tenaga dalam menggunakan produk.

4) Penggunaan produk secara berulang

Penggunaan ulang produk merupakan perilaku *pascapembelian* yang ditunjukkan oleh konsumen. Keinginan untuk mempertahankan penggunaan produk tabungan dan melakukan penambahan saldo tabungan adalah wujud penggunaan ulang produk tabungan yang dilakukan nasabah.

2. Pengetahuan Produk Tabungan

a. Definisi Pengetahuan Produk Tabungan

Engel, Blackwell & Miniard (1995: 337) mendefinisikan pengetahuan konsumen sebagai

“at a general level, knowledge can be defined as the information stored within memory. The subset of total information relevant to consumers functioning in the marketplace is called consumer knowledge”.

Di sisi lain, Sumarwan (2011: 147) mendefinisikan pengetahuan konsumen sebagai semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta informasi lainnya yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Lebih lanjut Sumarwan (2011: 148) mengemukakan bahwa pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai informasi mengenai produk.

Tabungan dalam Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang tidak dipersamakan dengan itu. Penarikan tabungan dapat dilakukan menggunakan buku tabungan, kwitansi, slip penarikan maupun melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Selanjutnya, Suyatno (2001:71) menyatakan bahwa tabungan adalah “simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu”. Nasabah akan diberikan bunga

tabungan sebagai imbal hasil atas jasa tabungannya. Berdasarkan pemaparan dari beberapa pengertian tabungan tersebut dapat disimpulkan bahwa tabungan merupakan simpanan dari nasabah ke bank yang dapat dilakukan dengan syarat-syarat tertentu.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan merupakan semua informasi yang disimpan dalam ingatan nasabah tentang berbagai macam produk dan jasa atau layanan tabungan, pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan jasa atau layanan tabungan, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah.

b. Kategori Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk terbagi menjadi tiga jenis (Peter & Olson, 2003: 122), yakni:

1) Produk sebagai perangkat ciri (*product as bundles of attributes*)

Keputusan tentang ciri produk adalah elemen penting dalam strategi pemasaran, karena konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau ciri atau atribut dari produk tersebut. Konsumen mempunyai tingkat pengetahuan produk yang berbeda-beda. Pengetahuan ini meliputi kelas produk, bentuk produk, merek, dan model atau fitur. Dari sudut pandang pemroses kognitif, maka dapat dipertanyakan apakah konsumen memang memiliki pengetahuan

tentang semua ciri tersebut dalam ingatannya dan apakah konsumen memang mengaktifkan serta menggunakan pengetahuan tersebut tentang suatu produk.

2) Produk sebagai perangkat manfaat (*products as bundles of benefits*)

Konsumen sering berpikir mengenai produk dan merek dalam konteks konsekuensinya, bukan ciri-cirinya. Konsekuensi dalam hal ini adalah suatu hal yang terjadi pada konsumen ketika mereka membeli produk dan mengonsumsi suatu produk.

3) Produk sebagai pemuas nilai (*product as values satisfiers*)

Konsumen juga memiliki pengetahuan tentang nilai pribadi dan simbolis yang dapat dipenuhi atau dipuaskan oleh suatu produk. Nilai juga melibatkan afeksi sehubungan dengan kebutuhan atau tujuan tersebut.

c. Indikator Pengetahuan Produk Tabungan

Kussujaniatun (2011: 31) mengemukakan bahwa indikator pengetahuan produk mencakup kesadaran akan kategori produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk, dan kepercayaan tentang kategori produk secara umum. Peter dan Olson (2003: 122) membagi kategori pengetahuan produk menjadi tiga yaitu, produk sebagai perangkat ciri, produk sebagai perangkat manfaat, dan produk sebagai pemuas nilai. Selanjutnya, Diana (2017: 44) menggunakan pengetahuan atas produk untuk mengukur pengetahuan nasabah terhadap produk.

Berdasarkan beberapa indikator tersebut pengetahuan produk tersebut, maka secara umum mencakup tiga hal yang dikemukakan Peter dan Olson (2003: 122). Dengan demikian, indikator Pengetahuan Produk Tabungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pengetahuan mengenai atribut produk, yaitu informasi yang dimiliki nasabah yang berhubungan dengan karakteristik dan keunggulan produk tabungan.
- 2) Pengetahuan mengenai manfaat produk, yaitu informasi yang dimiliki mengenai perolehan manfaat dari suatu produk tabungan.
- 3) Pengetahuan mengenai nilai kepuasan produk, yaitu informasi yang dimiliki nasabah mengenai nilai pribadi yang diperoleh dari suatu produk tabungan yang digunakan.

3. Reputasi Bank

a. Definisi Reputasi Bank

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia reputasi adalah nama baik. Reputasi merupakan indikator dari kinerja masa lalu dan prospek masa depan (Nova, 2011: 309). Sementara itu, Keith (2013: 58), mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai representasi kolektif atau serangkaian citra dan persepsi dari pendapat yang berbeda tentang perusahaan.

Akumulasi dari citra perusahaan akan membentuk reputasi perusahaan yang sangat bermakna bagi perusahaan. Tidak hanya

bermanfaat dalam hubungan dengan para pelanggannya, tetapi juga dengan *stakeholder* yang lain. Tugas untuk memelihara citra perusahaan baru dilakukan oleh segenap anggota organisasi secara lintas fungsional, dan harus dilakukan secara terus-menerus. Berdasarkan beberapa uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa reputasi merupakan karakteristik yang terbentuk dari pandangan kelompok tertentu dan menjadikan perusahaan lebih unggul serta kompetitif dibandingkan industri sejenis lainnya. Dengan demikian, reputasi bank merupakan karakteristik suatu bank yang terbentuk dari pandangan pihak yang terlibat dengan bank yang menjadikannya unggul dan kompetitif dibandingkan bank lain.

b. Pembentukan Reputasi

Reputasi perusahaan tidak dapat diciptakan secara instan melainkan dibentuk melalui beberapa hubungan. Keith (2013: 65) mengatakan bahwa ada beberapa faktor yang diperlukan untuk membentuk reputasi, di antaranya adalah:

- 1) Kualitas barang dan jasa, yakni apakah perusahaan memiliki kualitas barang dan jasa yang baik.
- 2) Hubungan dengan pelanggan dan mendengarkan pendapat pelanggan, yakni apakah perusahaan dapat memperlakukan pelanggan secara baik, sehingga pelanggan tidak akan meninggalkan perusahaan.
- 3) Kepemimpinan perusahaan yang kuat, struktur, dan kultur perusahaan.

- 4) Pemenuhan kontrak, yakni apakah perusahaan dapat memenuhi waktu suatu kontrak dijanjikan.
- 5) Relasi dengan warga masyarakat, yakni apakah perusahaan menyadari pengaruh sosial, etika dan lingkungan dari aktivitas yang dilakukannya dan bagaimana perusahaan dapat menjaga relasi dengan warga masyarakat.

c. Peranan Reputasi Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai *agent of trust*, *agent of development*, dan *agent of services* (Budisantosa, 2014: 9). Nova (2011: 306) menyatakan bahwa, reputasi merupakan faktor yang sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk menjaga kelangsungan bisnis dan loyalitas konsumen. Sebagai *agent of trust*, reputasi merupakan hal yang penting bagi kelangsungan usaha bank. Kegiatan perbankan dilandasi oleh kepercayaan antara bank dengan nasabah sebagai konsumen.

Masyarakat tertarik untuk menitipkan dana yang dimiliki apabila mempunyai kepercayaan yang baik pada bank. Unsur kepercayaan terjadi apabila masyarakat percaya bahwa dana titipan dikelola dengan baik, tidak akan disalahgunakan oleh bank, dan bank tidak mengalami kebangkrutan (Budisantosa, 2014: 9). Apabila bank menyalahgunakan dana titipan dan kepercayaan nasabah, maka reputasi bank yang telah dibangun selama bertahun-tahun akan menurun.

d. Indikator Reputasi Bank

Melalui konsep untuk mengukur reputasi perusahaan, maka akan dapat dilihat bahwa reputasi merupakan konsep yang bersifat multidimensionalitas yang berarti bahwa konsep reputasi merupakan sebuah konsep yang luas dan terbentuk dari beberapa faktor. Menurut Keith (2013: 65), ada beberapa faktor yang terlibat untuk membangun reputasi yang baik antara lain, kualitas barang dan jasa, hubungan dengan pelanggan, kepemimpinan, pemenuhan kontrak, membangun profil media, dan relasi dengan warga masyarakat. Sementara itu, dasar reputasi adalah *social responsibility, emotional appeal, financial performance, product and service, vision and leadership*, dan *workplace environment* (Nova, 2011: 314). Rohmah (2015: 63) menggunakan manajemen perusahaan, prospek usaha, produk, ketersediaan produk, lingkungan kerja, tanggung jawab sosial, dan ketertarikan emosional, identitas perusahaan, dan kinerja keuangan untuk mengukur reputasi bank.

Berdasarkan beberapa dasar reputasi di atas, indikator reputasi bank mencakup lima hal, yakni pelayanan, produk, kinerja keuangan, lingkungan kerja, dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, indikator Reputasi Bank dalam penelitian ini adalah:

1) Pelayanan yang baik oleh karyawan

Gambaran positif mengenai bank tercipta ketika nasabah mendapatkan pelayanan yang baik, sehingga nasabah merasa terpuaskan dengan

layanan yang diberikan bank. Pelayanan yang diberikan bank terkait dengan karyawan-karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan lebih dihargai karena memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan baik (Keith, 2013: 58).

2) Produk yang menguntungkan

Berbagai produk yang ditawarkan bank merupakan salah satu upaya bank untuk menarik minat nasabah. Produk bank yang menguntungkan adalah produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Pelanggan akan merasa senang dan mempertimbangkan produk tersebut bisa diterima atau bahkan bermutu tinggi apabila produk dapat memenuhi harapan pelanggan (Jahanshahi *et al*, 2011: 255).

3) Kinerja keuangan

Literatur dalam bidang reputasi menunjukkan bahwa ada hubungan antara reputasi perusahaan dan kinerja keuangan (Bontis, 2007: 1427). Menurut Islam (2014: 122), profitabilitas merupakan ukuran kinerja bank yang paling umum.

4) Lingkungan Kerja yang Kondusif

Hal yang memengaruhi lingkungan kerja adalah kondisi entitas yang kondusif sehingga pelanggan dapat merasa nyaman untuk menjalankan transaksi di entitas tersebut.

5) Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial yang dilakukan bank memberikan gambaran positif bagi *stakeholder*. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Mocan *et al.*, 2015: 716), yang menunjukkan hasil bahwa lembaga perbankan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) memperoleh manfaat berupa peningkatan reputasi perusahaan. Sejumlah penelitian juga memberikan bukti bahwa perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial cenderung dipandang lebih baik oleh konsumen daripada perusahaan yang tidak melakukan tanggung jawab sosial (McDonald, 2008: 5).

4. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

a. Definisi Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

Persepsi merupakan proses individu memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan menjadi gambaran dunia yang bermakna dan koheren (Schiffman & Kanuk, 2004: 156). Kotler & Armstrong (2008: 174), menambahkan definisi mengenai persepsi sebagai proses ketika seseorang menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti. Sementara itu, Suranto (2011: 60) mendefinisikan persepsi sebagai pemberian makna pada *stimuli* inderawi atau menafsirkan informasi yang ditangkap oleh alat indera.

Menurut Firdaus & Maya (2011: 101), bunga merupakan bentuk penghasilan bagi pemilik uang atas pengorbanannya untuk tidak menggunakan uang tersebut selama waktu tertentu karena digunakan oleh pihak lain. Suku bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya (Kasmir, 2013: 114). Lebih lanjut Kasmir mendefinisikan suku bunga sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan yang harus dibayar nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan merupakan cara pandang yang berbeda terhadap suku bunga yang diterima nasabah sebagai balas jasa atas simpanan yang dimilikinya dari bank berdasarkan prinsip konvensional.

b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Penetapan Suku Bunga

Faktor-faktor utama yang memengaruhi besar kecilnya penetapan suku bunga antara lain:

1) Kebutuhan dana

Apabila bank kekurangan dana, sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan bank agar dana yang dibutuhkan cepat terpenuhi adalah dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Peningkatan suku bunga simpanan akan meningkatkan bunga pinjaman.

2) Persaingan

Dalam memperebutkan dana simpanan, bank juga harus memperhatikan pesaing, di samping faktor promosi. Hal tersebut berarti bahwa, jika untuk bunga simpanan rata-rata 16% maka jika hendak membutuhkan dana yang cepat, sebaiknya bunga simpanan dinaikkan di atas bunga pesaing.

3) Kebijakan pemerintah

Hal tersebut berarti bahwa bunga simpanan maupun bunga pinjaman bank tidak boleh melebihi bunga yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

4) Hubungan baik

Biasanya bank menggolongkan nasabah antara nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan didasarkan pada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank sehingga dalam penentuan suku bunga berbeda dengan nasabah biasa.

c. Fungsi Suku Bunga

Fungsi suku bunga menurut Sunariyah (2004: 81) adalah:

- 1) Sebagai daya tarik bagi nasabah penyimpan yang mempunyai dana lebih untuk diinvestasikan di bank.
- 2) Sebagai alat moneter dalam rangka mengendalikan penawaran dan

permintaan uang yang beredar dalam suatu perekonomian.

- 3) Sebagai alat yang digunakan pemerintah untuk mengatur sirkulasi uang dalam suatu perekonomian.

d. Jenis-Jenis Bunga

Menurut Kasmir (2013: 114), bunga yang dikenal dalam kegiatan perbankan terdiri dari dua macam bunga antara lain:

1) Bunga simpanan

Bunga simpanan merupakan bunga yang diberikan sebagai rangsangan atau balas jasa bagi nasabah yang menyimpan uangnya di bank terkait.

Bunga simpanan merupakan harga yang harus dibayar bank kepada nasabahnya. Contoh bunga simpanan adalah bunga tabungan, bunga giro, dan bunga deposito.

2) Bunga pinjaman

Bunga pinjaman merupakan bunga yang diberikan kepada nasabah peminjam atau harga yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kepada bank. Contoh bunga pinjaman adalah bunga kredit.

e. Metode Penetapan Bunga Simpanan

1) Perhitungan Bunga Tabungan

Metode untuk menghitung bunga tabungan dapat dilakukan secara harian atau bulanan berdasarkan pada saldo terendah, suku bunga tetap atau berubah, dan kombinasi dari kedua hal tersebut (Taswan, 2008: 99-100).

2) Penetapan Bunga Giro

Bunga giro ditetapkan berdasarkan otorisasi bank-bank yang bersangkutan. Bank dapat menerapkan sistem bunga harian ataupun sistem bunga terendah. Beberapa bank lain mungkin menerapkan bunga yang sama untuk setiap nominal ataupun menerapkan bunga berjenjang (Taswan, 2008: 91).

3) Penetapan Bunga Deposito

Beberapa bank menggunakan bunga harian untuk memperhitungkan deposito. Berapa haripun deposito mengendap akan diberikan bunga sebagaimana tabungan, namun tetap terikat pada jangka waktu deposito tersebut (Taswan, 2008: 106).

f. Indikator Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

Astuti (2013: 40) menggunakan indikator tingkat bunga yang ditetapkan bank untuk mengukur Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan. Selanjutnya, Juwanita (2015: 25) menyatakan bahwa terdapat dua indikator Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan yaitu interpretasi nasabah mengenai suku bunga simpanan, dan interpretasi nasabah mengenai fungsi dan jenis suku bunga simpanan. Berdasarkan beberapa indikator tersebut, secara umum indikator persepsi mengenai bunga mencakup dua hal yang dikemukakan oleh Juwanita (2015). Dengan demikian, indikator Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Interpretasi nasabah mengenai suku bunga simpanan

Nasabah memiliki interpretasi/tafsiran yang berbeda-beda terhadap suku bunga yang diberikan bank sebagai balas jasa atas simpanan yang dimiliki nasabah. Nasabah pada suatu bank yang sama dapat menafsirkan bunga simpanan sebagai hal yang menarik atau hal yang tidak memberikan pengaruh pada kegiatan simpanannya.

2) Interpretasi nasabah mengenai fungsi dan jenis suku bunga simpanan

Aliran informasi yang diperoleh nasabah mengenai fungsi dan jenis suku bunga diterima melalui indera. Akan tetapi, masing-masing nasabah sebagai konsumen bank menerima, mengatur, dan menginterpretasikan informasi dengan cara mereka sendiri (Kotler & Amstrong, 2008: 174).

B. Penelitian Relevan

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya berguna bagi penulis sebagai acuan dalam membuat penelitian. Penelitian yang pernah dilakukan mengenai pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan antara lain:

1. Ika Ratna Qorikaten Rohmah (2015)

Ika Ratna Qorikaten Rohmah (2015) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syariah, Reputasi Bank, dan Perolehan Informasi terhadap

Keinginan Menambah Tabungan *Mudharabah* di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember". Variabel independen dalam penelitian relevan antara lain tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum syariah, reputasi bank, dan perolehan informasi, sedangkan variabel dependen dalam penelitian relevan adalah keinginan menambah tabungan *mudharabah*. Hasil dari penelitian relevan menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum syariah, reputasi bank dan perolehan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah* di BRI Syariah Cabang Jember.

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian penulis adalah pada variabel independen penelitian. Penelitian relevan dan penelitian penulis menggunakan variabel independen berupa Reputasi Bank yang digunakan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel dependen. Adapun perbedaan terdapat pada objek penelitian. Penelitian relevan menggunakan Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian ini menggunakan Bank X Unit Y sebagai objek penelitian.

2. Nurmala Dewi (2015)

Nurmala Dewi (2015) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BTM Mentari Ngunt Tulungagung”. Variabel independen dalam penelitian relevan antara lain adalah

Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil, sedangkan variabel dependen dalam penelitian relevan adalah keputusan menjadi nasabah. Hasil dari penelitian relevan menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Produk Tabungan dan nisbah bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BTM Mentari Ngunut Tulungagung.

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel independen yang digunakan yaitu Pengetahuan Produk Tabungan. Selain itu, penelitian penulis juga menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Perbedaan penelitian relevan dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian. Penelitian relevan menggunakan BTM Mentari Ngunut Tulungagung sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian ini menggunakan Bank X Unit Y sebagai objek penelitian.

3. Tri Astuti (2013)

Tri Astuti (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada BRI Cabang Sleman)”. Variabel independen dalam penelitian relevan antara lain persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi, dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian relevan adalah

keinginan menambah tabungan *mudharabah*. Hasil dari penelitian relevan menunjukkan bahwa variabel persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung nasabah di BRI Cabang Sleman.

Adapun persamaan penelitian relevan dengan penelitian penulis adalah variabel independen. Penelitian relevan dan penelitian penulis menggunakan variabel independen Persepsi Nasabah mengenai Bunga. Selain itu, penelitian relevan dan penelitian penulis menggunakan jenis data berupa data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah. Akan tetapi, penelitian penulis dan penelitian relevan menggunakan objek penelitian yang berbeda. Penelitian relevan menggunakan BRI Cabang Sleman sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian penulis menggunakan Bank X Unit Y sebagai objek penelitian.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari keempat variabel independen terhadap satu variabel dependen. Penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada pengaruh dari variabel independen yang meliputi Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank serta Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan, terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Menabung Nasabah. Hubungan antara tiga variabel independen terhadap satu

variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Pengetahuan Produk Tabungan merupakan semua informasi yang disimpan dalam ingatan nasabah tentang berbagai macam produk dan jasa atau layanan tabungan, pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan jasa atau layanan tabungan, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah. Calon nasabah maupun nasabah mempunyai pengetahuan yang berbeda mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Perbedaan mengenai pengetahuan tersebut menjadikan nasabah memiliki pilihan yang berbeda terhadap keputusan mereka untuk menabung. Nasabah yang memiliki informasi tentang produk dengan baik akan mengetahui bagaimana karakteristik produk, manfaat serta nilai yang mereka peroleh apabila nasabah menggunakan produk bank khususnya produk tabungan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Semakin banyak pengetahuan mengenai produk tabungan yang dimiliki nasabah, maka semakin kuat kemungkinan nasabah untuk membuat keputusan menabung. Penjelasan tersebut didukung oleh penelitian Nurmala Dewi (2015) yang menunjukkan hasil bahwa Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan

menjadi nasabah.

2. Pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Reputasi bank merupakan karakteristik suatu bank yang terbentuk dari pandangan pihak yang terlibat yang menjadikannya unggul dan kompetitif dibandingkan bank lain. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya. Nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi kepada bank akan cenderung untuk mempertahankan tabungan mereka pada bank terkait. Hal tersebut berarti bahwa dengan adanya Reputasi Bank yang baik, maka bank memiliki keunggulan kompetitif untuk mempertahankan nasabah mereka, sehingga nasabah cenderung untuk tidak beralih pada bank lain. Dengan demikian, Reputasi Bank dapat berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Semakin baik reputasi yang dimiliki bank, maka semakin kuat pula kemungkinan nasabah untuk membuat keputusan menabung. Penjelasan tersebut didukung oleh penelitian Ika Qorikaten Rohmah (2015) yang menunjukkan hasil bahwa variabel Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah*.

3. Pengaruh Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Persepsi merupakan cara pandang seseorang terhadap suatu benda atau objek tertentu. Individu satu dengan individu lain memiliki cara

pandang yang berbeda terhadap suatu hal atau objek yang sama. Hal tersebut terjadi pula pada suku bunga simpanan yang diberikan bank. Persepsi nasabah mengenai suku bunga memengaruhi sikap nasabah terhadap bank. Nasabah yang bertindak sebagai pihak yang menggunakan jasa bank melalui produk tabungan, akan lebih cermat dalam melakukan kegiatan investasi atau menyimpan dananya di bank.

Nasabah akan cenderung lebih memilih bank yang mampu memberikan balas jasa lebih besar atas dana yang diinvestasikan. Nasabah memiliki harapan untuk memperoleh tingkat pengembalian yang tinggi dan terjadi apabila balas jasa (suku bunga) yang tinggi. Dengan demikian, Persepsi Nasabah mengenai Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Semakin baik Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan maka semakin kuat pula kemungkinan nasabah untuk membuat keputusan menabung. Penjelasan tersebut didukung oleh penelitian Tri Astuti (2013) dan Estri Juwanita (2015) yang menunjukkan hasil bahwa persepsi nasabah mengenai bunga berpengaruh positif untuk mendorong minat menabung nasabah.

4. Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah

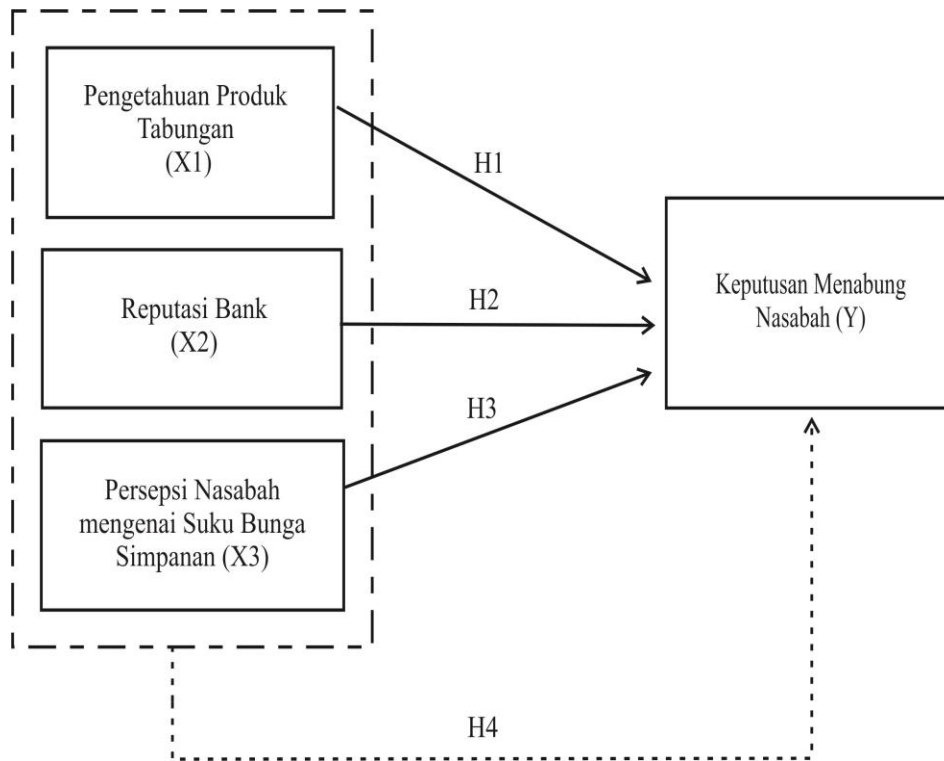
Nasabah memiliki pengetahuan yang berbeda mengenai karakteristik, manfaat, dan nilai yang diperoleh dari penggunaan produk

tabungan. Perbedaan pengetahuan tersebut dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan kegiatan menabung di bank. Nasabah yang memiliki pengetahuan mengenai produk dengan lebih baik akan lebih bertindak selektif dan kompleks dalam membuat keputusan menabung.

Reputasi bank yang baik merupakan salah satu daya tarik yang dimiliki bank dalam memperoleh nasabah. Adanya reputasi yang baik akan menimbulkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari nasabah sehingga dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam menabung. Reputasi yang baik dapat mendorong nasabah untuk mempertahankan tabungannya pada bank terkait, sebaliknya reputasi bank yang rendah dapat menjadi alasan nasabah untuk tidak menggunakan kembali produk tabungan pada bank terkait.

Nasabah memiliki cara pandang yang berbeda terhadap suatu hal yang sama (suku bunga simpanan). Suku Bunga simpanan merupakan hal yang berbeda dari sudut pandang nasabah satu dengan nasabah lain, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Dengan demikian, Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara bersama-sama memengaruhi nasabah dalam membuat keputusan menabung.

D. Paradigma Penelitian



Gambar 2. Paradigma Penelitian

Keterangan :

- > Pengaruh variabel secara parsial
- - - - -> Pengaruh variabel secara simultan

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih diuji kebenarannya. Berdasarkan kajian pustaka, penelitian yang relevan dan kerangka berpikir di atas dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H₁ = Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah
- H₂ = Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah
- H₃ = Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah
- H₄ = Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, serta Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan metode survei. Penelitian kausal komparatif adalah tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2010: 11). Tujuan dari penelitian kausal komparatif adalah untuk melakukan penyelidikan pada kemungkinan hubungan sebab-akibat melalui pengamatan terhadap akibat yang ada dan mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data-data (Suryabrata, 2013: 84). Penelitian ini dilakukan dengan metode survei untuk mengumpulkan data primer yang diperoleh melalui responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian yang menggunakan data berbentuk angka dan menggunakan analisis statistik.

Variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini adalah Keputusan Menabung Nasabah, sedangkan variabel independen atau variabel yang memengaruhi adalah Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah Bank X Unit Y.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian yaitu pada Bank X Unit Y yang berlokasi di Yogyakarta. Adapun waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini berlangsung dari bulan Januari 2018 sampai April 2018.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang ditetapkan oleh peneliti dan terdiri dari objek/subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang digunakan untuk membuat kesimpulan (Sujarweni, 2012:13). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan di Bank X Unit Y.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 81) sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *convenience sampling*. Menurut Sekaran (2016: 247), *convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan mengacu pada pengumpulan informasi yang mudah untuk didapatkan. Gravetter (2011: 151) mengemukakan bahwa dalam *convenience sampling* peneliti hanya menggunakan sampel dari individu yang mudah untuk didapatkan.

Convenience sampling juga biasa dikenal sebagai *accidental*

sampling. Sampling aksidental (*accidental sampling*) adalah sampel yang diambil dari orang-orang yang kebetulan ada (Soeratno, 2008: 112). Penelitian ini menggunakan sampel nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan yang ditemui di Bank X Unit Y. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, sehingga jumlah sampel dapat ditentukan menggunakan rumus Roscoe. Menurut Roscoe, saran-saran dalam menentukan ukuran sampel penelitian adalah sebagai berikut:

- a) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b) Apabila penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5, maka jumlah anggota sampelnya yaitu $10 \times 5 = 50$ sampel (Sugiyono, 2012: 74).

Variabel dalam penelitian ini berjumlah 4 (empat) variabel yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen. Berdasarkan pertimbangan menggunakan rumus Roscoe tersebut, maka jumlah sampel yang diperlukan sebanyak $20 \times 4 = 80$ responden. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan pada Bank X Unit Y.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat memperoleh informasi dan menarik kesimpulan (Rahmat, 2013: 58). Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (Rahmat, 2013: 60). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Menabung Nasabah (Y). Keputusan Menabung Nasabah merupakan suatu tindakan yang diambil oleh nasabah sebagai pembuat keputusan untuk memberikan pilihannya terhadap beberapa alternatif dan dilakukan secara sadar dengan cara menganalisis kemungkinan-kemungkinan dari alternatif-alternatif yang tersedia. Adapun indikator Keputusan Menabung Nasabah dalam penelitian ini adalah menetapkan pilihan pada produk tabungan, keyakinan nasabah pada produk tabungan, kesediaan nasabah untuk berkorban, dan penggunaan produk secara berulang. Pengukuran variabel Keputusan Menabung Nasabah menggunakan skala likert yang dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban.

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang

memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau penyebab timbulnya variabel dependen (Rahmat, 2013: 60). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Produk Tabungan (X_1), Reputasi Bank (X_2), dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan (X_3).

a. Pengetahuan Produk Tabungan (X_1)

Pengetahuan Produk Tabungan merupakan semua informasi yang disimpan dalam ingatan nasabah tentang berbagai macam produk dan jasa atau layanan tabungan, pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan jasa atau layanan tabungan, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah. Adapun indikator untuk mengukur Pengetahuan Produk Tabungan adalah pengetahuan mengenai atribut produk, pengetahuan mengenai manfaat produk, dan pengetahuan mengenai nilai kepuasan produk. Pengukuran variabel Pengetahuan Produk Tabungan menggunakan skala likert yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban.

b. Reputasi Bank (X_2)

Reputasi Bank diartikan sebagai karakteristik suatu bank yang menjadikannya unggul dan kompetitif dibandingkan bank lain. Reputasi Bank dapat diukur dari indikator antara lain pelayanan yang baik oleh karyawan, produk tabungan yang menguntungkan, kinerja keuangan, lingkungan kerja yang kondusif, dan tanggung jawab sosial. Pengukuran variabel Reputasi Bank menggunakan skala likert yang telah

dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban.

c. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan (X_3)

Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan merupakan cara pandang yang berbeda terhadap suku bunga yang diterima nasabah sebagai balas jasa atas simpanan yang dimilikinya dari bank berdasarkan prinsip konvensional. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan dapat diukur menggunakan indikator interpretasi nasabah mengenai tingkat bunga yang ditetapkan dan interpretasi nasabah mengenai fungsi dan jenis bunga simpanan. Pengukuran variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan menggunakan skala likert yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan angket (kuesioner). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh jawaban (Sugiyono, 2016: 142). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi

Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Arikunto, (2006:160) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar sistematis dan lebih mudah diolah. Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data variabel Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan, dan Keputusan Menabung Nasabah.

Kuesioner yang disebar kepada responden disusun secara terstruktur sesuai dengan objek penelitian yang diteliti. Penyebaran kuesioner disertai dengan surat permohonan izin, penjelasan mengenai tujuan dilakukannya penelitian, dan petunjuk pengisian untuk memudahkan pengisian kuesioner oleh responden penelitian. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian menggunakan bentuk kuesioner dengan jawaban tertutup. Penggunaan kuesioner dengan bentuk tertutup dilakukan dengan cara memberikan pernyataan-pernyataan kepada responden yang selanjutnya responden dapat memilih salah satu jawaban dengan memberikan tanda check (✓) pada jawaban yang disediakan oleh peneliti.

Pada penelitian ini, skor dari jawaban responden untuk setiap pertanyaan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk

menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan (Sekaran, 2006: 31). Pengukuran kuesioner menggunakan skala likert yang dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban. Modifikasi ke dalam empat alternatif jawaban digunakan untuk menghindari jawaban ragu-ragu serta keperluan analisis kuantitatif. Skor alternatif jawaban dari rentang 1 sampai 4 sebagai berikut:

Tabel 1. Bobot Nilai Instrumen Penelitian dengan Modifikasi

Jawaban	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
	Skor	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4
Tidak Setuju (TS)	2	3
Setuju (SS)	3	2
Sangat Setuju (SS)	4	1

Sumber: Imam Ghozali (2011: 47)

Instrumen dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan kerangka teori yang telah disusun yang selanjutnya dikembangkan dalam indikator. Indikator-indikator selanjutnya dikembangkan menjadi pernyataan-pernyataan. Instrumen dalam penelitian ini diadopsi dari beberapa penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Penyusunan instrumen terdiri dari lima bagian sebagai berikut:

- a. Bagian pertama berisi tentang identitas responden yang terdiri dari jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lama menjadi nasabah.

- b. Bagian kedua terdiri dari 8 pernyataan tentang Pengetahuan Produk Tabungan. Berikut tabel kisi-kisi instrumen variabel Pengetahuan Produk Tabungan.

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Variabel Pengetahuan Produk Tabungan

No.	Indikator	Nomor Item	Jumlah	Skala Pengukuran
1.	Pengetahuan tentang karakteristik produk tabungan	1, 2, 3,	3	Skala likert
2.	Pengetahuan tentang manfaat produk tabungan	4, 5, 6	3	Skala likert
3.	Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk	7*, 8	2	Skala likert
Total Jumlah			8	

*) Pernyataan negatif

- c. Bagian ketiga terdiri dari 11 pernyataan tentang Reputasi Bank. Berikut tabel kisi-kisi instrumen variabel Reputasi Bank.

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Variabel Reputasi Bank

No.	Indikator	Nomor Item	Jumlah	Skala Pengukuran
1.	Pelayanan yang baik oleh karyawan	1, 2	2	Skala likert
2.	Produk tabungan yang menguntungkan	3, 4*	2	Skala likert
3.	Kinerja keuangan	5, 6	2	Skala likert
4.	Lingkungan kerja yang kondusif	7, 8, 9*	3	Skala likert
5.	Tanggung jawab sosial	10, 11	2	Skala likert
Total Jumlah			11	

*) Pernyataan negatif

- d. Bagian keempat terdiri dari 6 pernyataan tentang Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan. Berikut tabel kisi-kisi instrumen variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan.

Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

No.	Indikator	Nomor Item	Jumlah	Skala Pengukuran
1.	Interpretasi nasabah mengenai tingkat bunga yang ditetapkan bank	1, 2, 3, 4*	4	Skala likert
2.	Interpretasi nasabah mengenai fungsi dan jenis bunga simpanan	5, 6	2	Skala likert
Total Jumlah			6	

*) Pernyataan negatif

- e. Bagian kelima terdiri dari 8 pernyataan tentang Keputusan Menabung Nasabah. Berikut tabel kisi-kisi instrumen variabel Keputusan Menabung Nasabah.

Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Variabel Keputusan Menabung Nasabah

No.	Indikator	Nomor Item	Jumlah	Skala Pengukuran
1.	Menetapkan pilihan pada produk tabungan	1, 2	2	Skala likert
2.	Keyakinan nasabah pada produk tabungan	3,4	2	Skala likert
3.	Kesediaan untuk berkorban	5, 6	2	Skala likert
4.	Penggunaan produk secara berulang	7, 8	2	Skala likert
Total Jumlah			8	

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian ini berisi pernyataan mengenai variabel dependen (Keputusan Menabung Nasabah) dan variabel independen (Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan). Sebelum digunakan untuk mengambil data primer melalui kuesioner, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu pada instrumen penelitian. Hal tersebut bertujuan agar kuesioner yang disebarkan pada responden memiliki instrumen yang valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sahnyanya suatu instrumen (Sunyoto, 2011: 70). Instrumen yang baik adalah instrumen dengan validitas yang tinggi. Instrumen dapat dikatakan valid jika dapat digunakan untuk mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Pengujian validitas tiap butir dalam penelitian ini menggunakan analisis item dengan menghitung korelasi antara masing-masing butir pertanyaan terhadap skor total. Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson Correlation*.

Hasil uji validitas terhadap instrumen Keputusan Menabung Nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Menabung Nasabah

Variabel	Butir Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Keputusan Menabung Nasabah	Butir 1	0,361	0,424	Valid
	Butir 2	0,361	0,680	Valid
	Butir 3	0,361	0,677	Valid
	Butir 4	0,361	0,454	Valid
	Butir 5	0,361	0,436	Valid
	Butir 6	0,361	0,587	Valid
	Butir 7	0,361	0,701	Valid
	Butir 8	0,361	0,423	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan data pada tabel 6, nilai *Product Moment Pearson Correlation* (r_{hitung}) untuk masing-masing butir pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,361 (taraf signifikan 5%, N=30). Dengan demikian, masing-masing butir pertanyaan pada instrumen Keputusan Menabung Nasabah dikatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil uji validitas terhadap instrumen Pengetahuan Produk Tabungan adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Instrumen Pengetahuan Produk Tabungan

Variabel	Butir Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Pengetahuan Produk Tabungan	Butir 1	0,361	0,689	Valid
	Butir 2	0,361	0,711	Valid
	Butir 3	0,361	0,634	Valid
	Butir 4	0,361	0,679	Valid
	Butir 5	0,361	0,506	Valid
	Butir 6	0,361	0,638	Valid
	Butir 7	0,361	0,542	Valid
	Butir 8	0,361	0,589	Valid

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan data pada tabel 7, nilai *Product Moment Pearson Correlation* (r_{hitung}) untuk masing-masing butir pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,361 (taraf signifikan 5%, N=30). Dengan demikian, masing-masing butir pertanyaan pada instrumen Pengetahuan Produk Tabungan dikatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil uji validitas terhadap instrumen Reputasi Bank adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Instrumen Reputasi Bank

Variabel	Butir Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Reputasi Bank	Butir 1	0,361	0,619	Valid
	Butir 2	0,361	0,508	Valid
	Butir 3	0,361	0,552	Valid
	Butir 4	0,361	0,602	Valid
	Butir 5	0,361	0,370	Valid
	Butir 6	0,361	0,681	Valid
	Butir 7	0,361	0,419	Valid
	Butir 8	0,361	0,527	Valid
	Butir 9	0,361	0,429	Valid
	Butir 10	0,361	0,715	Valid
	Butir 11	0,361	0,774	Valid

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan data pada tabel 8, nilai *Product Moment Pearson Correlation* (r_{hitung}) untuk masing-masing butir pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,361 (taraf signifikan 5%, N=30). Dengan demikian, masing-masing butir pertanyaan pada instrumen

Reputasi Bank dikatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil uji validitas terhadap instrumen Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

Variabel	Butir Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	Butir 1	0,361	0,663	Valid
	Butir 2	0,361	0,680	Valid
	Butir 3	0,361	0,542	Valid
	Butir 4	0,361	0,607	Valid
	Butir 5	0,361	0,711	Valid
	Butir 6	0,361	0,621	Valid

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan data pada tabel 9, nilai *Product Moment Pearson Correlation* (r_{hitung}) untuk masing-masing butir pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,361 (taraf signifikan 5%, N=30). Dengan demikian, masing-masing butir pertanyaan pada instrumen Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan dikatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu keadaan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data. Instrumen yang baik tidak bersifat tendensius yang akan mengarahkan

responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data menunjukkan ketepatan, keakuratan, dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *cronbach's alpha*. Jika nilai $\alpha > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut handal atau reliabel (Sujarweni, 2012: 186).

Hasil uji reliabilitas instrumen pada masing-masing instrumen adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Keputusan Menabung Nasabah	0,663	Reliabel
Pengetahuan Produk Tabungan	0,756	Reliabel
Reputasi Bank	0,782	Reliabel
Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	0,700	Reliabel

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan data pada tabel 10, nilai α untuk masing-masing instrumen memiliki nilai $> 0,60$. Dengan demikian, seluruh butir pertanyaan pada instrumen penelitian dinyatakan handal atau reliabel.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang mudah dibaca, dipahami, dan diinterpretasikan. Data yang dianalisis merupakan data hasil survei penelitian, yang selanjutnya dianalisis oleh penulis

untuk menarik kesimpulan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode statistika yang relevan dengan penelitian. Untuk mengukur adanya pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah dapat diukur dengan perhitungan menggunakan aplikasi pengolahan data.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan pengolahan data yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi (Sujarweni, 2012: 23). Data mengenai variabel dependen dan variabel independen yang diperoleh selanjutnya akan diolah menjadi deskripsi data. Deskripsi data dalam penelitian ini terdiri dari, harga rerata (mean), nilai maksimum, nilai minimum, standar deviasi, dan tabel distribusi frekuensi.

a. Rerata (Mean)

Rerata (mean) merupakan pengukur rata-rata yang digunakan untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data dengan cara membagi jumlah dari keseluruhan isi data dengan jumlah datanya (Sujarweni, 2012: 24).

b. Standar Deviasi

Standar deviasi merupakan ukuran sebaran statistik, yang mengukur bagaimana nilai-nilai data tersebut.

c. Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel distribusi frekuensi menggambarkan pengaturan data secara teratur yang disajikan dalam tabel (Sarwono, 2006: 139). Penyajian data dengan cara membuat tabel frekuensi dilakukan agar data yang cukup banyak menjadi efisien dan komunikatif. Langkah-langkah yang digunakan untuk membuat tabel distribusi frekuensi adalah:

1) Menentukan kelas interval

Jumlah kelas interval dapat dihitung dengan rumus *Sturges*, yakni:

$$K = 1 + 3,3 \log_n$$

Keterangan:

K = jumlah kelas

n = jumlah data

log = logaritma

2) Menghitung rentang data

Rentang data dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang data} = \text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}$$

3) Menghitung panjang kelas

Panjang kelas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut

$$\text{Panjang kelas} = \text{rentang} / \text{jumlah kelas}$$

d. Kecenderungan Variabel

Penentuan kedudukan variabel ke dalam 3 kategori dengan

ketentuan sebagai berikut:

Tabel 11. Kategorisasi Kecenderungan Variabel

Rentang Skor	Kategori
$X > (Mi + SDi)$	Tinggi
$(Mi - SDi) \leq X \leq (Mi + SDi)$	Sedang
$X < (Mi - SDi)$	Rendah

Keterangan:

Mi = Mean Ideal
SDi = Standar Deviasi Ideal
X = Skor

Rumus yang digunakan untuk menghitung Mean Ideal dan Standar Deviasi Ideal sebagai berikut:

1) Mean Ideal (Mi) = $\frac{1}{2} (X_{\text{maks ideal}} + X_{\text{min ideal}})$

2). Standar Deviasi Ideal (SDi) = $\frac{1}{6} (X_{\text{maks ideal}} - X_{\text{min ideal}})$

(Arikunto, 2006: 263)

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji data dalam model regresi berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2011: 160). Model regresi yang baik adalah regresi yang memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas data dilakukan

dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Adapun kriteria pengujian normalitas sebagai berikut:

- 1) Angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Sarjono, 2011:64).

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen (Ghozali, 2011: 105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Dengan menggunakan nilai toleransi, nilai yang terbentuk harus di atas 10%. Apabila menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*), nilai yang terbentuk harus kurang dari 10, jika tidak maka terjadi multikolinearitas, dan model regresi tidak layak untuk digunakan. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$, menunjukkan adanya multikolinearitas
- 2) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$, menunjukkan tidak adanya multikolinearitas (Ghozali, 2011: 106)
- 3) Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel independen.
- 4) Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas di antara variabel

independen (Sarjono, 2011: 74).

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual data satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual data satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji *Glejser* (Ghozali, 2011: 142). Dasar pengambilan keputusan adalah apabila variabel independen signifikan secara statistik memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Apabila probabilitas signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5%, maka model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 143).

d) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan linier atau tidak antara variabel independen dengan variabel dependen. Melalui uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris linear, kuadrat, atau kubik. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

- 1) jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dan

variabel Y adalah linier

- 2) jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah tidak linier (Sarjono, 2011: 80).

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2014: 261). Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk menguji H_1 , H_2 , dan H_3 . Langkah-langkah analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat persamaan regresi linear sederhana

Persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = nilai yang diprediksikan

a = konstanta atau apabila harga $X=0$

b = koefisien regresi

X = nilai variabel bebas

(Sugiyono, 2014: 261)

Pada persamaan regresi sederhana, apabila X dianggap konstan, maka perubahan Y adalah sebesar a satuan. Apabila X naik sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Y sebesar b satuan. Arah peningkatan atau penurunan variabel dependen yang

didasari perubahan variabel independen ditunjukkan oleh b (Sugiyono, 2014: 261).

2) Mencari koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila R^2 memiliki nilai yang kecil, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97).

3) Menguji signfikansi parameter individual dengan uji statistik t

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011: 98). Dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai hasil statistik t lebih tinggi daripada nilai t_{tabel} , maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara independen memengaruhi variabel dependen dapat diterima.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis regresi yang

mempunyai satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Sujarweni, 2012:88). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji H₄. Langkah-langkah analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

1) Membuat persamaan regresi

Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

2) Mencari koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila R^2 memiliki nilai yang kecil, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97).

3) Menguji signifikansi simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen (Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap

variabel dependen (Keputusan Menabung Nasabah). Kriteria pengambilan keputusan yakni dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} sebagai berikut:

- a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
- b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen tidak signifikan (Ghozali, 2011: 98).

Kriteria pengambilan keputusan juga dapat dilihat dari nilai probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika angka signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen ditolak.
- b) Jika angka signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah penyimpan yang memiliki rekening tabungan di Bank X Unit Y dengan total sampel sebanyak 80 orang nasabah. Kuesioner yang disebar kepada nasabah sebanyak 89, akan tetapi terdapat 9 kuesioner yang tidak dapat diolah. Berikut rangkuman jumlah instrumen penelitian

Tabel 12. Rangkuman Jumlah Instrumen

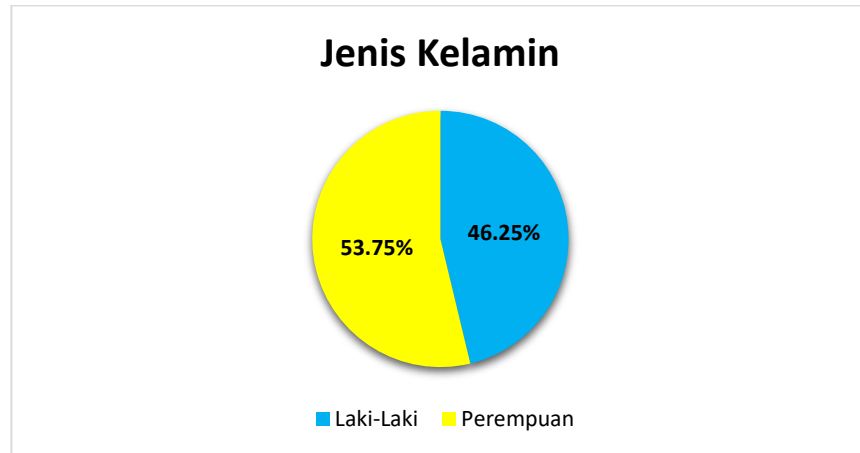
Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	89	100%
Kuesioner yang tidak dapat diolah	9	10%
Kuesioner yang digunakan	80	90%

Sumber: data primer diolah

Responden yang telah melakukan pengisian kuesioner dan sesuai dengan ketentuan, kemudian diidentifikasi berdasarkan karakteristik. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu menurut jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lama menjadi nasabah.

1. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan identifikasi jenis kelamin pada responden, dapat diketahui proporsi jenis kelamin sebagai berikut:

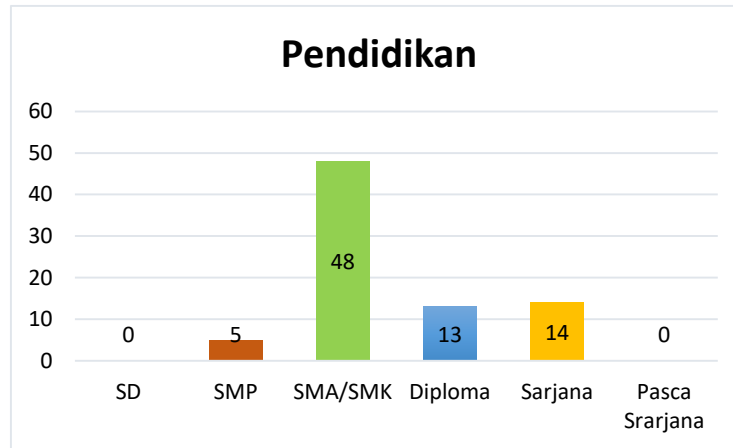


Gambar 3. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 3 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki dalam penelitian ini sebanyak 46,25% (37 orang), sedangkan sisanya adalah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 53,75% (43 orang). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank X Unit Y yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

2. Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan identifikasi pendidikan terakhir pada responden, dapat diketahui proporsi pendidikan terakhir sebagai berikut:

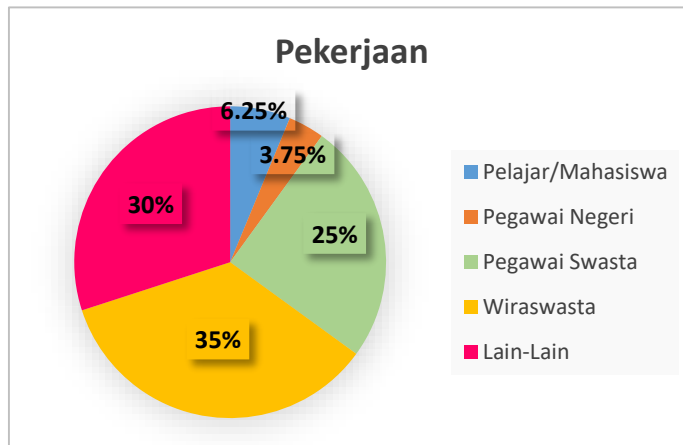


Gambar 4. Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Gambar 4 menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah berpendidikan setingkat SMA/SMK yakni sebanyak 48 orang (60%), sedangkan sisanya adalah nasabah berpendidikan setingkat Diploma sebanyak 13 orang (16,3%), nasabah berpendidikan setingkat Sarjana sebanyak 14 orang (17,5%), nasabah dengan pendidikan SMP sebanyak 5 orang (6,3%), dan tidak dijumpai nasabah dengan pendidikan setingkat SD dan pasca sarjana. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian berpendidikan setingkat SMA/SMK.

3. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan identifikasi pekerjaan pada responden, dapat diketahui proporsi pekerjaan sebagai berikut:

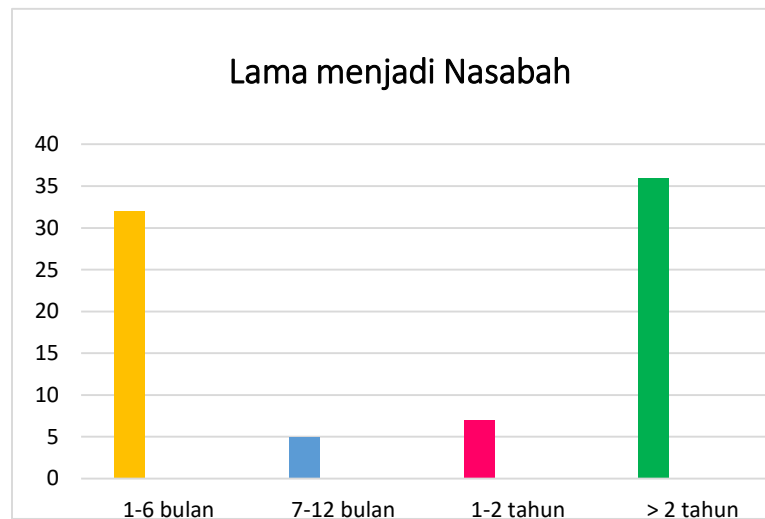


Gambar 5. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 5 menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian berprofesi sebagai wiraswasta yakni sebanyak 28 orang (35%), sedangkan sisanya adalah nasabah yang berprofesi lain-lain sebanyak 24 orang (30%). Profesi lain-lain dari nasabah tersebut terdiri dari ibu rumah tangga, pensiunan, perawat, dan buruh lepas. Selanjutnya, nasabah yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 20 orang (25%), nasabah sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 5 orang (6,25%), dan sisanya adalah nasabah yang berprofesi sebagai pegawai negeri sebanyak 3 orang (3,75%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden berprofesi sebagai wiraswasta.

4. Identifikasi Nasabah Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berdasarkan identifikasi lama responden menjadi nasabah, dapat diketahui proporsi lama menjadi nasabah sebagai berikut:



Gambar 6. Identifikasi Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah

Gambar 6 menunjukkan bahwa responden yang telah menjadi nasabah di Bank X Unit Y selama 1-6 bulan berjumlah 32 orang (40%), responden yang telah menjadi nasabah selama 7-12 bulan sebanyak 5 orang (6,25%), responden yang telah menjadi nasabah selama 1-2 tahun sebanyak 7 orang (8,75%), dan responden yang telah menjadi nasabah selama lebih dari 2 tahun sebanyak 36 orang (45%). Dengan demikian, sebagian besar responden telah menjadi nasabah selama lebih dari 2 tahun. Dengan demikian, sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian telah menjadi nasabah Bank X Unit Y selama lebih dari 2 tahun.

B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yang disajikan dalam penelitian ini meliputi rerata (mean), nilai maksimum, nilai minimum, standar deviasi, tabel distribusi frekuensi dan kecenderungan masing-masing variabel. Deskripsi data masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Keputusan Menabung Nasabah

Variabel Keputusan Menabung Nasabah terdiri dari empat indikator yang kemudian dijabarkan menjadi delapan pernyataan. Penentuan skor untuk masing-masing pernyataan menggunakan skala likert yang dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban dengan skor minimal satu dan skor maksimal empat. Skor maksimal untuk masing-masing pernyataan adalah 32 ($8 \times 4 = 32$), sedangkan skor terendah adalah 8 ($8 \times 1 = 8$).

Berdasarkan data penelitian yang telah diolah menggunakan program pengolah data, diperoleh nilai rerata (Mean), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Menabung Nasabah

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Keputusan Menabung Nasabah	80	30	20	24.49	2.402

Sumber: data primer diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa skor maksimum pada variabel Keputusan Menabung Nasabah adalah 30, sedangkan skor minimum adalah 20, dengan rerata (Mean) sebesar 24,49, dan standar deviasi sebesar 2,402. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilakukan perhitungan distribusi frekuensi yang menghasilkan jumlah kelas interval sebesar 7, rentang data adalah 10, dan panjang kelas adalah 1,5. Perhitungan distribusi frekuensi selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 8. Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi Keputusan Menabung Nasabah:

Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Menabung Nasabah

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
1.	20,0 – 21,4	10	12,5%
2.	21,5 – 22,9	7	8,75%
3.	23,0 – 24,4	24	30,00%
4.	24,5 – 25,9	11	13,75%
5.	26,0 – 27,4	19	23,75%
6.	27,5 – 28,9	5	6,25%
7.	29,0 – 30,4	4	5,00%
	Total	80	100%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 14 dapat disimpulkan bahwa persentase terbesar dari skor pada variabel Keputusan Menabung Nasabah adalah 30% yang berada pada kelas interval 23,0 – 24,4 dengan frekuensi responden sebanyak 24 orang. Persentase skor terendah adalah 5% yang

berada pada kelas interval 29,0 – 30,4 dengan frekuensi responden sebanyak 4 orang.

Kecenderungan variabel Keputusan Menabung Nasabah dapat dilihat dari nilai mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal. Berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel Keputusan Menabung Nasabah menghasilkan mean ideal (M_i) sebesar 20 dan standar deviasi ideal (SD_i) sebesar 4. Mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) digunakan untuk menentukan kategori kecenderungan variabel yang terbagi menjadi lemah, sedang, dan kuat. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 8. Distribusi frekuensi kecenderungan variabel Keputusan Menabung Nasabah disajikan sebagai berikut:

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Variabel Keputusan Menabung Nasabah

No.	Interval Skor	Frekuensi	Persentase	Kategori
1.	$X < 16$	0	0%	Lemah
2.	$16 \leq X \leq 24$	41	51,2%	Sedang
3.	$X > 24$	39	48,8%	Kuat
	Total	80	100%	

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tidak ada responden yang memberikan penilaian terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah dalam kategori lemah, responden dalam kategori sedang sebanyak 41 orang (51,2%), dan responden dalam kategori kuat sebanyak 39 orang (48,8%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa

kecenderungan variabel Keputusan Menabung Nasabah dalam kategori sedang.

2. Pengetahuan Produk Tabungan

Variabel Pengetahuan Produk Tabungan terdiri dari tiga indikator yang kemudian dijabarkan menjadi delapan pernyataan. Penentuan skor untuk masing-masing pernyataan menggunakan skala likert yang dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban dengan skor minimal satu dan skor maksimal empat. Skor maksimal untuk masing-masing pernyataan adalah 32 ($8 \times 4 = 32$), sedangkan skor terendah adalah 8 ($8 \times 1 = 8$).

Berdasarkan data penelitian yang telah diolah menggunakan program pengolah data, diperoleh nilai rerata (Mean), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Statistik Deskriptif Pengetahuan Produk Tabungan

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Pengetahuan Produk Tabungan	80	19	31	24.28	2.801

Sumber: data primer diolah

Tabel 16 menunjukkan bahwa skor maksimum pada variabel Pengetahuan Produk Tabungan adalah 31, sedangkan skor minimum adalah 19. Rerata (Mean) yang diperoleh sebesar 24,28, dan standar deviasi sebesar 2,801. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilakukan perhitungan

distribusi frekuensi yang menghasilkan jumlah kelas interval sebesar 7, rentang data adalah 12, dan panjang kelas adalah 2. Perhitungan distribusi frekuensi selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 8. Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi Pengetahuan Produk Tabungan:

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Produk Tabungan

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
1.	18,5– 20,4	6	7,50%
2.	20,5– 22,4	17	21,25%
3.	22,5 – 24,4	21	26,25%
4.	24,5 – 26,4	20	25,00%
5.	26,5 – 28,4	9	11,25%
6.	28,5– 30,4	5	6,25%
7.	30,5 – 32,4	2	2,50%
	Total	80	100%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 17, dapat disimpulkan bahwa persentase terbesar dari skor pada variabel Pengetahuan Produk Tabungan adalah 26,25% yang berada pada kelas interval 22,5 – 24,4 dengan frekuensi responden sebanyak 21 orang. Persentase skor terendah adalah 2,5% yang berada pada kelas interval 30,5 – 32,4 dengan frekuensi responden sebanyak 2 orang.

Kecenderungan variabel Pengetahuan Produk Tabungan dapat dilihat dari nilai mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal. Berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel Pengetahuan Produk Tabungan menghasilkan mean ideal (M_i) sebesar 24 dan standar deviasi ideal (SD_i) sebesar 4. Mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) digunakan

untuk menentukan kategori kecenderungan variabel yang terbagi menjadi kurang, cukup, dan baik. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 8. Distribusi frekuensi kecenderungan variabel Pengetahuan Produk Tabungan disajikan sebagai berikut:

Tabel 18. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Variabel Pengetahuan Produk Tabungan

No.	Interval Skor	Frekuensi	Persentase	Kategori
1.	$X < 16$	0	0%	Kurang
2.	$16 \leq X \leq 24$	44	55%	Cukup
3.	$X > 24$	36	45%	Baik
	Total	80	100%	

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tidak ada responden yang memberikan penilaian terhadap variabel Pengetahuan Produk Tabungan dalam kategori kurang, responden dalam kategori cukup sebanyak 44 orang (55%), dan responden yang dalam kategori baik sebanyak 36 orang (45%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel Pengetahuan Produk Tabungan dalam kategori cukup.

3. Reputasi Bank

Variabel Reputasi Bank terdiri dari lima indikator yang kemudian dijabarkan menjadi sebelas pernyataan. Penentuan skor untuk masing-masing pernyataan menggunakan skala likert yang dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban dengan skor minimal satu dan skor

maksimal empat. Skor maksimal untuk masing-masing pernyataan adalah 44 ($11 \times 4 = 44$, sedangkan skor terendah adalah 11 ($11 \times 1 = 11$).

Berdasarkan data penelitian yang telah diolah menggunakan program pengolah data, diperoleh nilai rerata (Mean), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi sebagai berikut

Tabel 19. Hasil Statistik Deskriptif Reputasi Bank

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Reputasi Bank	80	30	41	33.95	2.633

Sumber: data primer diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa skor maksimum pada variabel Reputasi Bank adalah 41, sedangkan skor minimum adalah 30. Rerata (Mean) yang diperoleh sebesar 33,95, dan standar deviasi sebesar 2,633. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilakukan perhitungan distribusi frekuensi yang menghasilkan jumlah kelas interval sebesar 7, rentang data adalah 11, dan panjang kelas adalah 2. Perhitungan distribusi frekuensi selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 8. Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi Reputasi Bank:

Tabel 20. Distribusi Frekuensi Variabel Reputasi Bank

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
1.	28,5– 30,4	7	8,75%
2.	30,5– 32,4	19	23,75%
3.	32,5– 34,4	22	27,50%
4.	34,5 – 36,4	19	23,75%
5.	36,5 – 38,4	9	11,25%
6.	38,5 – 40,4	2	2,50%
7.	40,5 – 42,4	2	2,50%
	Total	80	100%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 20, dapat disimpulkan bahwa persentase terbesar dari skor pada variabel Reputasi Bank adalah 27,50% yang berada pada kelas interval 32,5–34,4 dengan frekuensi responden sebanyak 22 orang. Persentase skor terendah adalah 2,50% yang berada pada kelas interval 38,5–40,4 dan kelas interval 40,5–42,4 dengan frekuensi responden masing-masing sebanyak 2 orang.

Kecenderungan variabel Reputasi Bank dapat dilihat dari nilai mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal. Berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel Reputasi Bank menghasilkan mean ideal (M_i) sebesar 27,5 dan standar deviasi ideal (SD_i) sebesar 5,5. Mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) digunakan untuk menentukan kategori kecenderungan variabel yang terbagi menjadi kurang baik, cukup baik, dan baik. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 8. Distribusi frekuensi kecenderungan variabel Reputasi Bank disajikan sebagai berikut:

Tabel 21. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Variabel Reputasi Bank

No.	Interval Skor	Frekuensi	Persentase	Kategori
1.	$X < 22$	0	0%	Kurang baik
2.	$22 \leq X \leq 33$	36	45%	Cukup baik
3.	$X > 33$	44	55%	Baik
Total		80	100%	

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tidak ada responden yang memberikan penilaian terhadap variabel Reputasi Bank dalam kategori kurang baik, responden yang memberikan penilaian dalam kategori cukup baik sebanyak 36 orang (45%), dan responden yang memberikan penilaian dalam kategori baik sebanyak 44 orang (55%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel Reputasi Bank dalam kategori baik.

4. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

Variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terdiri dari dua indikator yang kemudian dijabarkan menjadi enam pernyataan. Penentuan skor untuk masing-masing pernyataan menggunakan skala likert yang dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban dengan skor minimal satu dan skor maksimal empat. Skor maksimal untuk masing-masing pernyataan adalah 24 ($6 \times 4 = 24$), sedangkan skor terendah adalah 6 ($6 \times 1 = 6$).

Berdasarkan data penelitian yang telah diolah menggunakan program pengolah data, diperoleh nilai rerata (Mean), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi sebagai berikut:

Tabel 22. Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	80	12	24	17.28	2.480

Sumber: data primer diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa skor maksimum pada variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan adalah 24, sedangkan skor minimum adalah 12. Rerata (Mean) yang diperoleh sebesar 17,28, dan standar deviasi sebesar 2,480. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilakukan perhitungan distribusi frekuensi yang menghasilkan jumlah kelas interval sebesar 7, rentang data adalah 12, dan panjang kelas adalah 2. Perhitungan distribusi frekuensi selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 8. Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan:

Tabel 23. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
1.	11,5– 13,4	3	3,75%
2.	13,5– 15,4	17	21,25%
3.	15,5– 17,4	22	27,50%
4.	17,5 – 19,4	24	30,00%
5.	19,5 – 21,4	9	11,25%
6.	21,5 – 23,4	4	5,00%
7.	23,5 – 25,4	1	1,25%
	Total	80	100%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 23, dapat disimpulkan bahwa persentase terbesar dari skor pada variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan adalah 30% yang berada pada kelas interval 17,5–19,4 dengan frekuensi responden sebanyak 24 orang. Persentase skor terendah adalah 1,25% yang berada pada kelas interval 23,5–25,4 dengan frekuensi responden jumlah sebanyak 1 orang.

Kecenderungan variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan dapat dilihat dari nilai mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal. Berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan menghasilkan mean ideal (M_i) sebesar 15 dan standar deviasi ideal (SD_i) sebesar 3. Mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) digunakan untuk menentukan kategori kecenderungan variabel yang terbagi menjadi rendah, sedang, dan tinggi. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran. Distribusi

frekuensi kecenderungan variabel Persepsi Nasabah mengenai Bunga Simpanan disajikan sebagai berikut:

Tabel 24. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

No.	Interval Skor	Frekuensi	Persentase	Kategori
1.	$X < 12$	0	0%	Rendah
2.	$12 \leq X \leq 18$	57	71,3%	Sedang
3.	$X > 18$	23	28,7%	Tinggi
	Total	80	100%	

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 24, diketahui bahwa tidak ada responden yang memberikan penilaian terhadap variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan dalam kategori rendah, responden yang memberikan penilaian dalam kategori sedang sebanyak 57 orang (71,3%), dan responden yang memberikan penilaian dalam kategori tinggi sebanyak 23 orang (28,7%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan dalam kategori sedang.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji data dalam model regresi berdistribusi normal, atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah regresi yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*.

Variabel berdistribusi normal jika nilai *Kolmogorov Smirnov* memiliki tingkat signifikansi lebih dari 0,05 (Ghozali, 2011: 160). Hasil dari uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

Tabel 25. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Keputusan Menabung Nasabah	0,495	Normal
Pengetahuan Produk Tabungan	0,549	Normal
Reputasi Bank	0,459	Normal
Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	0,432	Normal

Sumber: data primer diolah

Tabel 25 menunjukkan bahwa nilai signifikan uji pada variabel Keputusan Menabung Nasabah, Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 26. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Pengetahuan Produk Tabungan	0,811	1,233
Reputasi Bank	0,963	1,038
Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	0,793	1,261

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan data pada tabel 26, nilai *tolerance* pada variabel Pengetahuan Produk Tabungan sebesar 0,811, nilai *tolerance* pada variabel Reputasi Bank sebesar 0,963, dan nilai *tolerance* pada variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan sebesar 0,793. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,10. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada variabel Pengetahuan Produk Tabungan sebesar 1,233, nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada variabel Reputasi Bank sebesar 1,038, dan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan sebesar 1,261. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10,00. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian tidak terjadi multikolonearitas atau tidak ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual data satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang

homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 27. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Pengetahuan Produk Tabungan	0,803	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Reputasi Bank	0,923	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	0,556	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data primer diolah

Tabel 27 menunjukkan bahwa pada hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi pada variabel Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, maupun Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan yang memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini adalah homoskedastisitas.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan linier atau tidak antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 28. Hasil Uji Linearitas

Hubungan	Sig.	Kesimpulan
Pengetahuan Produk Tabungan (X_1) terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y)	0,135	Linear
Reputasi Bank (X_2) terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y)	0,995	Linear
Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan (X_3) terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y)	0,512	Linear

Sumber: data primer diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa hubungan antara X_1 dengan Y, hubungan antara X_2 dengan Y, dan hubungan antara X_3 dengan Y memiliki nilai sig. lebih dari 0,05. Hal tersebut berarti bahwa dalam model regresi memiliki hubungan yang linear antara variabel X dengan variabel Y, sehingga data penelitian layak untuk dipakai.

D. Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa data dalam penelitian ini memenuhi uji asumsi klasik sehingga dapat dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi linear sederhana untuk menguji H_1 , H_2 , dan H_3 sebagai berikut:

a) Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Hasil pengujian regresi linear sederhana pada H_1 sebagai berikut:

Tabel 29. Ringkasan Hasil Regresi Hipotesis 1

Variabel	Nilai R		Nilai t		Sig.	Konstanta	Koefisien
	R	R ²	t _{hitung}	t _{tabel}			
X ₁ -Y	0,510	0,260	5,239	1,665	0,000	13,865	0,438

Sumber: data primer diolah

1) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan analisis regresi sederhana diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,438 dan konstanta sebesar 13,865, sehingga dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 13,865 + 0,438X_1$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna yakni, jika Pengetahuan Produk Tabungan (X_1) dianggap tidak mengalami perubahan (konstan), maka Keputusan Menabung Nasabah (Y) akan tetap memiliki nilai sebesar 13,865. Selain itu, koefisien

regresi bertanda positif sebesar 0,438 menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Setiap kenaikan variabel Pengetahuan Produk Tabungan sebesar 1 satuan akan menaikkan variabel Keputusan Menabung Nasabah sebesar 0,438 satuan, dengan asumsi faktor lain adalah tetap.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan data pada tabel 29, diperoleh hasil nilai koefisien determinasi sebesar 0,260. Nilai tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung Nasabah adalah sebesar 26%, dan 74% dipengaruhi oleh variabel lain.

3) Uji Statistik t

Berdasarkan data pada tabel 29, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,239. Apabila nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,665, maka nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} ($5,239 > 1,665$). Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf kepercayaan 95%) berarti bahwa Pengetahuan Produk Tabungan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y).

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Produk Tabungan (X_1)

berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah diterima.

b) Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa Reputasi Bank (X₂) berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Hasil pengujian regresi linear sederhana pada H₂ sebagai berikut:

Tabel 30. Ringkasan Hasil Regresi Hipotesis 2

Variabel	Nilai R		Nilai t		Sig.	Konstanta	Koefisien
	R	R ²	t _{hitung}	t _{tabel}			
X ₂ -Y	0,480	0,230	4,834	1,665	0,000	9,617	0,438

Sumber: data primer diolah

1) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan analisis regresi sederhana diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,438 dan konstanta sebesar 9,617, sehingga dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,617 + 0,438X_2$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna yakni, jika Reputasi Bank (X_2) dianggap tidak mengalami perubahan (konstan), maka Keputusan Menabung Nasabah (Y) akan tetap memiliki nilai sebesar 9,617. Selain itu, koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,438 menunjukkan bahwa Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Setiap kenaikan variabel Reputasi Bank sebesar 1 satuan akan menaikkan variabel Keputusan Menabung Nasabah sebesar 0,438 satuan, dengan asumsi faktor lain adalah tetap.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan data pada tabel 30, diperoleh hasil nilai koefisien determinasi sebesar 0,230. Nilai tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menabung Nasabah adalah sebesar 23%, dan 77% dipengaruhi oleh variabel lain.

3) Uji Statistik t

Berdasarkan data pada tabel 30, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,834. Apabila nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,665, maka nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} ($4,834 > 1,665$). Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf kepercayaan 95%) berarti bahwa Reputasi Bank (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y).

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel Reputasi Bank (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah diterima.

c) Hipotesis 3

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan (X_3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Hasil pengujian regresi linear sederhana pada H_3 sebagai berikut:

Tabel 31. Ringkasan Hasil Regresi Hipotesis 3

Variabel	Nilai R		Nilai t		Sig.	Konstanta	Koefisien
	R	R ²	t _{hitung}	t _{tabel}			
X ₃ -Y	0,491	0,241	4,982	1,665	0,000	16,266	0,476

Sumber: data primer diolah

1) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan analisis regresi sederhana diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,476 dan konstanta sebesar 16,266, sehingga dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 16,266 + 0,476X_3$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna yakni, jika nilai Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan (X₃) dianggap tidak mengalami perubahan (konstan), maka Keputusan Menabung Nasabah (Y) akan tetap memiliki nilai sebesar 16,266. Selain itu, koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,476 menunjukkan bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Setiap kenaikan variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan sebesar 1 satuan akan menaikkan variabel Keputusan Menabung Nasabah sebesar 0,476 satuan, dengan asumsi faktor lain adalah tetap.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan data pada tabel 31, diperoleh hasil nilai koefisien determinasi sebesar 0,241. Nilai tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah adalah sebesar 24,1%, dan 75,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

3) Uji Statistik t

Berdasarkan data pada tabel 31, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,982. Apabila nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,665, maka nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} ($4,982 > 1,665$). Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf kepercayaan 95%) berarti bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan (X_3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y).

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y). Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah diterima.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara simultan terhadap variabel dependen Keputusan Menabung Nasabah. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Hasil analisis regresi linear berganda untuk pengujian H₄ disajikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Tabel 32. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel		Konstanta	Koefisien	Nilai R		Nilai F		Sig
				R	R ²	F tabel	F hitung	
X ₁	Y	0,703	0,299	0,704	0,496	2,72	24,930	0,000
X ₂			0,355					
X ₃			0,258					

Sumber: data primer diolah

a. Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan analisis regresi sederhana diperoleh nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,299, nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,355, nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0,258, dengan konstanta sebesar 0,703. Berdasarkan nilai koefisien regresi tersebut dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,703 + 0,299X_1 + 0,355X_2 + 0,258X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 0,703 menunjukkan bahwa apabila semua variabel independen dianggap tetap, maka Keputusan Menabung Nasabah sebesar 0,703.
- 2) Setiap kenaikan variabel independen Pengetahuan Produk Tabungan (X_1) sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan variabel Keputusan Menabung Nasabah sebesar 0,299 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain adalah tetap.
- 3) Setiap kenaikan variabel independen Reputasi Bank (X_2) sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan variabel Keputusan Menabung Nasabah sebesar 0,355 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain adalah tetap.

4) Setiap kenaikan variabel independen Persepsi Nasabah mengenai Bunga Simpanan (X_3) sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan variabel Keputusan Menabung Nasabah sebesar 0,258 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain adalah tetap.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan data hasil analisis regresi berganda pada tabel 32, diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,496. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 49,6% Keputusan Menabung Nasabah dipengaruhi oleh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan, sedangkan 50,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

c. Uji Statistik F

Hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dengan uji F pada tabel 32, diperoleh nilai F-hitung sebesar 24,930. Nilai F-hitung tersebut lebih besar dari nilai F-tabel sebesar 2,72 (pada $df_1=3$, $df_2=76$ dengan taraf signifikansi 5%). Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 juga lebih kecil dari *level of significant* sebesar 0,05. Sesuai dengan asumsi jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dan nilai signifikansi yang lebih besar dari *level of significant*, dapat disimpulkan bahwa variabel independen Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku

Bunga Simpanan secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen Keputusan Menabung Nasabah secara signifikan. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah dapat diterima.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,260 yang berarti bahwa pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung Nasabah sebesar 26%, dan sisanya sebesar 74% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ bermakna bahwa variabel Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan

Menabung Nasabah. Berdasarkan analisis linear sederhana yang telah dilakukan, hipotesis pertama telah didukung oleh data.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengetahuan sangat penting bagi manusia karena dengan pengetahuan yang dimiliki, manusia akan mengetahui mana yang benar dan mana yang salah. Semakin luas pengetahuan yang dimiliki, maka semakin luas pula pemikiran seseorang tentang suatu hal. Ketika konsumen memiliki pengetahuan lebih banyak, maka konsumen dapat mengambil keputusan dengan lebih baik, serta lebih efisien dan tepat dalam mengolah informasi (Sumarwan, 2011: 147). Begitu pula dengan nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan sebagai konsumen dari jasa simpanan yang ditawarkan oleh bank.

Pengetahuan yang dimiliki konsumen akan memengaruhi keputusan pembelian bahkan pembelian ulang (Sumarwan, 2003: 119). Melalui pengetahuan mengenai produk tabungan yang dimiliki, nasabah dapat membuat keputusan menabung yang kuat. Hal tersebut dapat dinilai dari indikator pengetahuan produk yang meliputi pengetahuan mengenai atribut produk, pengetahuan mengenai manfaat produk, dan pengetahuan mengenai nilai kepuasan produk. Pengetahuan tersebut dapat mendorong nasabah memutuskan produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan, mengorbankan waktu dan biaya, hingga keinginan untuk mempertahankan rekening tabungan yang dimilikinya pada Bank X Unit Y. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Brown & Graf (2013: 11) yang menyatakan bahwa ketika memiliki

pengetahuan produk keuangan dan menjadikannya prinsip dalam pengambilan keputusan, maka semakin tinggi kepercayaan dalam perencanaan tabungan masa depan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor item tertinggi pada variabel Pengetahuan Produk Tabungan terletak pada item pernyataan nomor 8 yakni “saya merasa senang menabung pada produk tabungan Bank X Unit Y”. Hal tersebut berarti bahwa nasabah memiliki pengetahuan tentang nilai pribadi yang dapat dipuaskan oleh suatu produk. Sebagian besar nasabah menyatakan bahwa menggunakan produk tabungan pada Bank X Unit Y memberikan kepuasan pribadi yang kemungkinan disebabkan oleh produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Di sisi lain, skor item terendah terletak pada item pernyataan nomor 2 yakni “saya mengetahui karakteristik produk tabungan Bank X Unit Y”. Hal tersebut berarti bahwa sebagian besar nasabah belum mengetahui karakteristik yang dimiliki produk-produk tabungan yang ditawarkan bank. Padahal, setiap produk tabungan yang ditawarkan bank memiliki karakteristik yang berbeda antara produk satu dengan produk lain. Perbedaan tersebut misalnya terletak pada saldo awal pembukaan rekening, biaya administrasi, dan peluang setiap produk dalam perolehan hadiah.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk tabungan adalah penting, baik bagi nasabah, bank maupun perekonomian. Nasabah yang memiliki pengetahuan produk tabungan yang

baik, berkontribusi dalam meningkatkan dana pihak ketiga bank. Dengan demikian, bank dapat menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi dengan baik. Selain itu, dana sumber dana yang diperoleh bank yang disalurkan oleh bank melalui kredit pada UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Hasil penelitian diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi (2015) dan Diana (2017) yang menyatakan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.

2. Pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,230 menunjukkan bahwa pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menabung Nasabah sebesar 23%, dan sisanya sebesar 77% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ bermakna bahwa variabel Reputasi Bank berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Reputasi Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Berdasarkan analisis linear sederhana yang telah dilakukan, hipotesis kedua telah didukung oleh data.

Reputasi tercipta melalui interaksi bertingkat, yakni melalui jaringan semua pengalaman, kesan, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan yang dimiliki orang mengenai perusahaan (Davies, *et al.*, 2005: 62). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa reputasi menjadi alasan nasabah dalam mempertahankan hubungannya dengan bank. Reputasi baik yang dimiliki bank menjadi dasar kepercayaan nasabah penyimpan untuk tetap menggunakan jasa simpanan dan membuat keputusan menabung. Reputasi bank dianggap penting oleh nasabah untuk tetap mempercayakan dana yang mereka miliki dikelola oleh bank terkait. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Lau dan Lee (1999: 347) yang menganggap bahwa reputasi merupakan faktor terpenting dari karakteristik perusahaan yang membentuk kepercayaan pelanggan. Reputasi bank juga merupakan aset terbesar bank, mengingat produk yang ditawarkan bank bersifat tidak berwujud.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor item tertinggi pada variabel Reputasi Bank terletak pada item pernyataan nomor 8 yakni “Bank X Unit Y memiliki keamanan yang baik”. Hal tersebut berarti bahwa sebagian besar nasabah memberikan penilaian reputasi bank melalui lingkungan tempat nasabah melakukan transaksi. Lingkungan Bank X Unit Y merupakan tempat yang aman dan kondusif untuk melakukan transaksi, meskipun jumlah tenaga keamanan kurang memadai. Di sisi lain, skor item terendah terletak pada item pernyataan nomor 2 yakni “karyawan yang bekerja memberikan pelayanan

yang baik terhadap nasabah”. Hal tersebut berarti bahwa nasabah merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rohmah (2015) yang menyatakan bahwa Reputasi Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keinginan Nasabah menambah Tabungan Mudharabah. Gambaran akan citra baik di mata masyarakat menciptakan persepsi positif di mata masyarakat dan nasabah terhadap reputasi bank (Rohmah, 2015: 113). Penelitian yang dilakukan Rosa (2012: 400) juga menemukan bahwa reputasi bank memberikan pengaruh pada sikap dan keputusan pelanggan karena layanan yang ditawarkan oleh bank bersifat tidak berwujud.

3. Pengaruh Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,241 menunjukkan bahwa pengaruh Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah sebesar 24,1%, dan sisanya sebesar 75,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ bermakna bahwa variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh secara signifikan

terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Berdasarkan analisis linear sederhana yang telah dilakukan, hipotesis ketiga telah didukung oleh data.

Cara orang bertindak dipengaruhi oleh persepsi dirinya terhadap situasi. Persepsi merupakan salah satu faktor internal yang memengaruhi pengambilan keputusan. Informasi mengenai bunga simpanan yang diterima oleh nasabah akan diinterpretasikan dengan cara masing-masing (Kotler & Armstrong, 2008: 174). Apabila Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan tinggi, maka akan mendorong nasabah untuk membuat keputusan menabung, sebaliknya apabila Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan rendah, maka masyarakat cenderung untuk menginvestasikan dana yang dimiliki pada instrumen investasi pada pasar modal.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa informasi mengenai tingkat bunga simpanan yang diterima nasabah terkait dengan tingkat bunga, jenis, dan fungsi suku bunga simpanan diterima dan interpretasikan dengan cukup baik. Kebijakan penetapan maksimum suku bunga simpanan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang berakibat terus menurunnya suku bunga simpanan tidak memberikan dampak signifikan. Suku bunga simpanan yang diberikan bank masih dianggap menarik dan sesuai dengan fungsinya sebagai salah satu stimulus untuk menarik nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari indikator

interpretasi nasabah mengenai suku bunga simpanan dan interpretasi nasabah mengenai jenis serta fungsi suku bunga simpanan. Persepsi yang baik tersebut mendorong nasabah untuk menginvestasikan dananya di bank, daripada pada instrumen investasi lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor item tertinggi pada variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terletak pada item pernyataan nomor 6 yakni “nasabah yang menyimpan dananya di bank dalam bentuk tabungan, giro, maupun deposito diberikan balas jasa berupa bunga simpanan”. Hal tersebut dapat berarti bahwa sebagian besar nasabah menyatakan bahwa suku bunga simpanan berfungsi untuk menarik nasabah penyimpan agar menginvestasikan dana di bank dalam bentuk simpanan.

Di sisi lain, skor item terendah terletak pada item pernyataan nomor 1 dan item pernyataan nomor 2. Item pernyataan nomor 1 yakni “bunga yang ditetapkan Bank X Unit Y tinggi”. Hal tersebut dapat berarti bahwa sebagian besar nasabah menilai bahwa suku bunga simpanan yang diberikan kepada nasabah sedang atau rendah. Nasabah menginterpretasikan tingkat suku bunga simpanan dalam kategori sedang atau rendah kemungkinan terjadi karena jumlah saldo simpanan dalam rekening nasabah tidak terlalu besar, sehingga bunga simpanan yang diberikan tidak terasa jumlahnya. Selain itu, berdasarkan identifikasi responden menurut pekerjaan dan lama menjadi nasabah, sebagian besar nasabah merupakan wiraswasta dan merupakan nasabah baru. Jenis pekerjaan dan lama menjadi nasabah tersebut

memungkinkan interpretasi mengenai suku bunga yang diberikan sedang atau rendah.

Selanjutnya, skor item pernyataan nomor 2 memiliki skor yang sama dengan skor item pernyataan nomor 1. Item pernyataan nomor 2 yakni “saya tertarik menabung di bank karena tertarik dengan bunga yang diberikan. Hal tersebut dapat berarti bahwa alasan sebagian besar nasabah menabung di bank bukan karena suku bunga yang diberikan. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa nasabah memberikan hasil bahwa alasan utama menabung di bank karena faktor keamanan dan dilandasi oleh kepercayaan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Priyadi (2016) yang menyatakan bahwa suku bunga tabungan tidak menarik minat masyarakat dalam menabung. Akan tetapi, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Astuti (2013) , Atmadha (2013), dan Juwanita (2015) . Hasil dari penelitian-penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi nasabah mengenai tingkat suku bunga simpanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah.

4. Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah

mengenai Suku Bunga Simpanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,496 menunjukkan bahwa pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah adalah sebesar 49,6%, dan sisanya sebesar 50,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi.

Nilai F_{hitung} adalah sebesar 24,930 lebih besar F_{tabel} yakni 2,72. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ bermakna bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Berdasarkan analisis linear berganda yang telah dilakukan, hipotesis ketempat telah didukung oleh data.

Pengetahuan Produk Tabungan merupakan semua informasi yang disimpan dalam ingatan nasabah tentang berbagai macam produk dan jasa atau layanan tabungan, pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan jasa atau layanan tabungan, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah. Pengetahuan tersebut dapat mendorong nasabah memutuskan produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan, mengorbankan waktu dan biaya, hingga keinginan untuk mempertahankan rekening tabungan yang dimilikinya

pada Bank X Unit Y. Semakin baik tingkat pengetahuan yang dimiliki nasabah, maka semakin tinggi keyakinan dan kepercayaan nasabah untuk menginvestasikan dana yang dimiliki dalam bentuk tabungan di bank.

Reputasi bank merupakan karakteristik suatu bank yang terbentuk dari pandangan pihak yang terlibat dengan bank yang menjadikannya unggul dan kompetitif dibandingkan bank lain. Reputasi baik yang dimiliki bank menjadi dasar kepercayaan nasabah penyimpan untuk tetap menggunakan jasa simpanan dan membuat keputusan menabung. Reputasi bank dianggap penting oleh nasabah untuk tetap mempercayakan dana yang mereka miliki dikelola oleh bank terkait. Semakin baik reputasi yang dimiliki bank dari pandangan nasabah, maka semakin kuat keputusan yang diambil nasabah untuk menabung di bank.

Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan merupakan cara pandang yang berbeda terhadap suku bunga yang diterima nasabah sebagai balas jasa atas simpanan yang dimilikinya dari bank berdasarkan prinsip konvensional. Informasi mengenai tingkat bunga simpanan yang diterima nasabah terkait dengan tingkat bunga, jenis, dan fungsi bunga simpanan diterima dan interpretasikan dengan cukup baik. Sebagian nasabah Bank X Unit Y masih menganggap bahwa suku bunga simpanan yang diberikan bank tinggi. Selain itu, nasabah juga mengharapkan imbal hasil dari dana yang mereka simpan di bank dalam bentuk tabungan. Persepsi yang baik tersebut mendorong nasabah untuk membuat keputusan menabung.

F. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan benar dan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih terdapat keterbatasan yang dapat dijadikan acuan penelitian selanjutnya agar memperoleh hasil yang lebih baik. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan nasabah di Bank X Unit Y sebagai responden, sehingga penelitian ini hanya berlaku pada Bank X Unit Y. Penelitian ini tidak berlaku untuk bank-bank lain di Indonesia, termasuk untuk keseluruhan cabang PT. Bank X.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan. Dengan demikian, masih terdapat faktor lain di luar variabel penelitian ini yang memengaruhi Keputusan Menabung Nasabah.
3. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner, sehingga terdapat kemungkinan jawaban nasabah tidak mencerminkan keadaan yang sesungguhnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa nasabah dengan Pengetahuan Produk Tabungan yang memadai, dapat membuat keputusan menabung dengan lebih baik. 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.
2. Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa reputasi bank menjadi alasan nasabah dalam mempertahankan hubungannya dengan bank. Nasabah penyimpan akan tetap menggunakan jasa simpanan dan memiliki keputusan menabung yang kuat pada bank terkait apabila bank memiliki reputasi yang baik.
3. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Hasil penelitian ini

mengindikasikan bahwa keinginan masyarakat untuk menabung bergantung pada Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan. Persepsi nasabah bunga simpanan yang baik dapat mendorong nasabah untuk membuat keputusan menabung.

4. Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan menabung dipengaruhi oleh faktor internal berupa pengetahuan produk, persepsi mengenai bunga simpanan, dan faktor eksternal berupa reputasi dari bank tempat nasabah menyimpan dana.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya
 - a. Penelitian selanjutnya terkait dengan keputusan menabung akan lebih baik jika teknik pengumpulan data tidak hanya menggunakan kuesioner. Teknik pengumpulan data dapat dilengkapi dengan wawancara kepada responden atau teknik lain agar dapat lebih menunjukkan keadaan yang sebenarnya dan menghindari terjadinya bias.

- b. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas populasi dan sampel, serta melibatkan faktor-faktor lain yang kemungkinan berpengaruh terhadap keputusan menabung.

2. Bagi Bank X Unit Y

- a. Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa Pengetahuan Produk Tabungan memberikan pengaruh sebesar 26%. Bank X Unit Y diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan produk pada nasabah mengingat faktor pengetahuan produk merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan menabung.
- b. Berdasarkan hasil penelitian, skor item terendah pada variabel Pengetahuan Produk Tabungan terletak pada item nomor 2 yakni “saya mengetahui karakteristik produk tabungan PT. Bank X” yang mengindikasikan bahwa nasabah belum mengetahui karakteristik produk tabungan. Bank X Unit Y diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan nasabah terkait karakteristik produk tabungan melalui beberapa cara, misalnya dengan meningkatkan layanan pada *Customer Service* yang berperan dalam memberikan informasi mengenai produk tabungan ketika pembukaan rekening tabungan. Selain itu, Bank X Unit Y dapat memberikan brosur yang memuat produk tabungan dan karakteristiknya pada calon nasabah.
- c. Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa Reputasi Bank memberikan pengaruh sebesar 23%. PT. Bank X Unit Y diharapkan

dapat dapat terus menjaga dan mengelola reputasi baik yang telah dibangun dalam waktu lama. Semua karyawan bertanggungjawab untuk menjaga reputasi, misalnya dengan melaksanakan tugas secara bersungguh-sungguh dan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pihak yang berkepentingan.

- d. Berdasarkan hasil penelitian, skor item terendah pada variabel Reputasi Bank terletak pada item nomor 2 yakni “karyawan yang bekerja memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah” mengindikasikan bahwa nasabah belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Bank X Unit Y dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, misalnya dengan menambah jumlah karyawan dan meningkatkan kinerja karyawan agar nasabah memperoleh pelayanan sesuai harapan.
- e. Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan memiliki pengaruh sebesar 24,1%. Bank X Unit Y diharapkan dapat menetapkan suku bunga simpanan yang mampu bersaing dengan bank lain, mengingat faktor persepsi mengenai suku bunga simpanan merupakan faktor yang cukup berpengaruh terhadap keputusan menabung.
- f. Berdasarkan hasil penelitian, skor item terendah pada variabel Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terletak pada item nomor 1 dan 2. Item pernyataan nomor 1 yakni “ bunga yang ditetapkan Bank X Unit Y tinggi”, sedangkan item nomor 2 yakni “saya menabung di bank

karena tertarik dengan suku bunga yang diberikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa suku bunga yang diberikan bank dalam kategori sedang atau rendah. Bank X Unit Y diharapkan mampu menetapkan dan menjaga suku bunga simpanan yang dapat bersaing dengan bank lain meskipun OJK masih menetapkan maksimum suku bunga simpanan yang cukup rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Almossawi. (2001). Bank Selection Criteria Employed by College Students in Bahrain: an Emperical Analysis. *The International Journal of Bank Marketing*, Vol.19 No. 3, pp 115.
- Astuti, T. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada BRI Cabang Sleman). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Atmadha, A. P. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah mengenai Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dan Suku Bunga Simpanan terhadap Minat Nasabah dalam Menyimpan Dananya pada Bank Mandiri Yogyakarta Cabang Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bontis, L & Booker, L. D. (2007). The Mediating Effect of Organizational Reputation on Customer Loyalty and Service Recommendation in the Banking Industry. *Management Decision* Vol. 45 No. 9, 2007 pp. 1426-1445.
- Brown, M & Graf, F. (2013). Financial Literacy and Retirement Planning in Switzerland. *Numeracy*, Vol 6, Issue 2, Article 6.
- Budisantosa, T. & Nuritomo. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawi, H. (2006). *Pasar Finansial dan Lembaga-Lembaga Finansial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Davies, G. *et all*. (2005). *Corporate Reputation and Competitiveness*. Routledge: London and New York.
- Dewi, N. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BTM Mentari Ngunut Tulungagung. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.

- Diana, S. M. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Engel, Blackwell, & Miniard. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Firdaus, R. & Maya, A. (2011). *Pengantar Teori Moneter serta Aplikasinya pada Sistem Ekonomi Konvensional dan Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gravetter, F. J & Forzano, L. B. (2006). *Research Methods for the Behavioral Sciences*. United States: Wadsworth, Cengage Learning.
- Hadi, S. (2004). *Statistik Jilid 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handoko, H (2012). *Manajemen (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: BPFE.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis 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.
- Hasan, I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hidayatullah, S. A. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Asuransi Sinarmas Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2015). *Memahami Audit Intern Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ilmaya, F. (2011). Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Islam, M. A. (2014). An Analysis of the Financial Performance of National Bank Limited Using Financial Ratio. *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 2014, Vol. 2, No. 5, 121-129.

- Jahanshahi *et al.* (2011). Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science Vol. 1 No. 7; [Special Issue –June 2011]. pp 253-260.*
- Juliandi, Y., Lau, E. A & Mardiana (2015). Pengaruh Tabungan terhadap Peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur pada tahun 2010-2012. *Jurnal Ekonomia, Vol. 4, No.2.*
- Juwanita, E. (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). *Skripsi.* Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses dari <http://www.kbbi.kemdikbud.go.id>, pada tanggal 20 Desember 2017.
- Karim, A.A. (2013). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Keith, B. (2013). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. (1998). *Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.*
- Khalwaty, T. (2000). *Inflasi dan Solusinya.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (1995). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran edisi 12.* Jakarta: Erlangga.

- Kussujaniatun, S & Wisnalmawati. (2011). Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kualitas yang Dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5 hal 29-39.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumer's Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, hal 341-370.
- Laucereno, S. F. (2017). Bunga Turun Kok Simpanan Bank Naik? Ini Jawabannya. Diakses dari <http://www.m.detik.com>, pada tanggal 3 Januari 2018.
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2017). *Distribusi Simpanan Bank Umum Periode Desember 2017*.
- Leon, B & Sonny, E. (2007). *Manajemen Aktiva Pasiva Bank Nondevisa*. Jakarta: Grasindo.
- Lupiyadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mocan, M. *et al.* (2015). Impact of Corporate Social Responsibility Practices on The Banking Industry in Romania. *Procedia Economics and Finance* 23, hal 712-716)
- McDonald, L.M & Rundle-Thiele, S. (2008). Corporate Social Responsibility And Bank Customer Satisfaction: A Research Agenda. *International Journal of Bank Marketing*, 26 (3).
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2014). *Siaran Pers SP-28/DKNS/OJK/2014 tentang OJK Tetapkan Batas Atas Suku Bunga Dana Perbankan*.
- _____. (2017). *Siaran Pers SP/07/DKNS/OJK/I/2017 tentang OJK: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Meningkat*.
- _____. (2017). *Statistik Perbankan Indonesia Vol. 16, No. 1 Desember 2017*.
- Peter, J. P & Olson, J. C. (2003). *Consumer Behavior and Marketing Strategy (4th ed)*. The McGraw-Hill Companies, Inc.

- Primadhyta, S. (2017). "OJK Janji Penuhi Target Inklusi Keuangan Pada 2019 Mendatang". Diakses dari <http://www.cnnindonesia.com>, pada tanggal 2 Januari 2018.
- Priyadi, U. & Taufiq, H. (2016). Analisis Determinan Faktor Tabungan. *Asian Journal of Inovation and Entrepreneurship*, Vol. 01, No. 02, September 2016, hal 219 – 233.
- PT Bank X. (2014). *Laporan Keuangan Konsolidasian 2014*. Diakses pada tanggal 20 Desember 2017.
- _____. (2015). *Laporan Keuangan Konsolidasian 2015*. Diakses dari pada tanggal 20 Desember 2017.
- _____. (2016). *Laporan Keuangan Konsolidasian 2016*. Diakses dari pada tanggal 20 Desember 2017.
- _____. (2017). *Laporan Keuangan Konsolidasian 2017*. Diakses dari pada tanggal 18 Januari 2018.
- Rahmat, H. (2013). *Statistika Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmah, I.R.Q. (2015). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syariah, Reputasi Bank, dan Perolehan Informasi terhadap Keinginan Menambah Tabungan Mudharabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember. *Skripsi*. Universitas Jember.
- Rosa, A. (2016). The Importance Of Bank's Reputation In The Selection Of Banking Products In The Opinion Of Middle Pomeranian Farmers. *Journal of Agribussines and Rural Development 2016*, hal 399-406.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2011). *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. G & Kanuk, L. L (2004). *Consumer Behaviour Eight Edition*. Prentice Hall: New Jersey.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business, a Skill Building Approach 7th Edition*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.

- Setiadi, N.J. (2008). *Business Economics and Managerial Decision Making: Aplikasi Teori Ekonomi dan Pengambilan Keputusan Manajerial dalam Dunia Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Soeratno, & Lincolin, A. (2008). *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- _____. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunariyah. (2004). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal Cetakan Keempat*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi Alat Statistik & Analisis Output Komputer untuk Mahasiswa dan Praktisi*. Yogyakarta: CAPS.
- _____. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryabrata, S. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suyatno, T. (2001). *Kelembagaan Perbankan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tingkat Pengetahuan Perbankan Rendah. (2014). Diakses dari <http://www.republika.co.id>, pada tanggal 28 Desember 2017.
- Yamit, Z. (2002). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa (Edisi Pertama Cetakan Kedua)*. Yogyakarta: Ekonisia.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER UJI COBA INSTRUMEN

KUESIONER PENELITIAN

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Nasabah
PT. Bank X Unit Y
di Tempat

Dengan hormat,

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya. Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, saya

Nama : Ayun Sekar Widowati
Nomor Induk Mahasiswa : 14812141033
Program Studi/Jurusan : Akuntansi/Pend. Akuntansi

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah”**.

Dengan demikian, saya mengharap kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Data dalam penelitian ini diperoleh hanya untuk kepentingan ilmiah dan data tentang responden akan dijaga kerahasiannya. Atas kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i, saya mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Januari 2018

(Ayun Sekar Widowati)

Petunjuk Pengisian

1. Tulislah identitas Anda dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan di bawah ini.
2. Bacalah terlebih dahulu setiap butir pernyataan dengan cermat.
3. Satu pernyataan hanya boleh dijawab dengan satu pilihan jawaban.

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, REPUTASI BANK, DAN PERSEPSI NASABAH MENGENAI SUKU BUNGA SIMPANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH

A. Identitas Responden

- | | | | |
|-------------------------|---|--|---|
| 1. Jenis Kelamin | : | <input type="checkbox"/> Laki-laki | <input type="checkbox"/> Perempuan |
| 2. Pendidikan | : | <input type="checkbox"/> SD | <input type="checkbox"/> Diploma |
| | | <input type="checkbox"/> SMP | <input type="checkbox"/> Sarjana |
| | | <input type="checkbox"/> SMA/SMK | <input type="checkbox"/> Pasca Sarjana |
| 3. Pekerjaan | : | <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa | <input type="checkbox"/> Wiraswasta |
| | | <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri | <input type="checkbox"/> Lain-lain..... |
| | | <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta | |
| 4. Lama menjadi nasabah | : | <input type="checkbox"/> 1 – 6 bulan | <input type="checkbox"/> 1 – 2 tahun |
| | | <input type="checkbox"/> 7 – 12 bulan | <input type="checkbox"/> > 2 tahun |

B. Pertanyaan

Berilah tanda centang(✓) pada kolom yang tersedia sesuai keadaan yang Anda alami.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Bagian I

Pernyataan-pernyataan di bawah ini mencerminkan pengetahuan Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai produk tabungan di PT. Bank X

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengetahui variasi produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank X Unit Y				
2	Saya mengetahui ciri-ciri atau karakteristik produk tabungan Bank X Unit Y				
3	Saya mengetahui dimana saya dapat melakukan penyimpanan dana pada produk tabungan Bank X Unit Y				
4	Saya mengetahui kegunaan produk-produk tabungan Bank X Unit Y				
5	Produk-produk tabungan Bank X Unit Y memberikan manfaat untuk menyisihkan dana yang saya miliki				
6	Produk tabungan Bank X Unit Y memberikan kemudahan untuk menyimpan dana yang saya miliki dengan aman				
7	Saya menyesal telah menempatkan dana pada produk tabungan Bank X Unit Y				
8	Saya merasa senang menabung pada produk tabungan Bank X Unit Y				

Bagian II

Pernyataan-pernyataan di bawah ini mencerminkan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai reputasi dari Bank X Unit Y

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Bank X Unit Y memiliki keunggulan dalam memberikan pelayanan				
2	Karyawan yang bekerja memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah				
3	Bank X Unit Y menyediakan berbagai produk pelayanan yang lebih lengkap jika dibandingkan dengan bank lain				
4	Bank X Unit Y tidak memiliki produk tabungan sesuai dengan kebutuhan yang Saya perlukan				
5	Bank X Unit Y memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola dan mengendalikan dana pihak ketiga yang dimilikinya				
6	Bank X Unit Y mampu mendapatkan laba atas kegiatan pengelolaan dana pihak ketiga tabungan yang dibuktikan dengan diterimanya bunga oleh nasabah				
7	Kebersihan lingkungan di sekitar Bank X Unit Y terjamin				
8	Bank X Unit Y memiliki keamanan yang baik				
9	Bank X Unit Y memiliki fasilitas yang kurang memadai				
10	Bank X Unit Y bertanggung jawab kepada masyarakat sehingga kehadirannya tidak mengganggu masyarakat atau warga sekitar				
11	Bank X Unit Y memiliki hubungan baik dengan warga sekitar				

Bagian III

Pernyataan-pernyataan di bawah ini mencerminkan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai suku bunga simpanan yang diberikan Bank X Unit Y

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Bunga yang ditetapkan Bank X Unit Y tinggi				
2	Saya menabung di bank karena tertarik dengan suku bunga yang diberikan				
3	Saya mengharapkan tingkat pengembalian tertentu yang akan memperbesar saldo tabungan saya				
4	Saya tidak mempertimbangkan tingkat suku bunga yang diberikan bank dari tabungan yang saya miliki, berapapun besarnya				
5	Tingkat suku bunga simpanan yang tinggi berfungsi untuk menarik minat nasabah				
6	Nasabah yang menyimpan dananya di bank dalam bentuk tabungan, giro maupun deposito diberikan balas jasa berupa bunga simpanan				

Bagian IV

Pernyataan-pernyataan di bawah ini mencerminkan keputusan yang diambil Bapak/Ibu/Saudara/i dalam kegiatan menabung di Bank X Unit Y

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya memiliki kriteria-kriteria tentang produk tabungan yang akan saya gunakan				
2	Saya memilih untuk membeli produk tabungan Bank X atas keputusan saya sendiri (bukan keputusan dari orang lain)				

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
3	Saya memilih produk tabungan sebagai wahana investasi karena menurut saya tabungan adalah yang paling menguntungkan dibanding produk simpanan lain				
4	Saya mantap menggunakan produk tabungan Bank X Unit Y karena banyak keuntungan yang diperoleh				
5	Saya selalu menyempatkan datang ke bank untuk mengurus tabungan saya				
6	Saya selalu menyisihkan sebagian uang untuk ditabung di bank				
7	Saya akan tetap menggunakan produk tabungan yang saya gunakan sekarang				
8	Saya sering melakukan penambahan saldo tabungan				

Mohon koreksi kembali jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i agar tidak ada yang terlewat

Terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya

LAMPIRAN 2. DATA UJI COBA INSTRUMEN

Pengetahuan Produk Tabungan										Reputasi Bank												
No Resp	No.Butir Angket								Skor Total	No Resp	No.Butir Angket											Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	3	3	3	3	3	4	4	4	27	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	37
2	3	2	3	3	3	3	3	3	23	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	34
3	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	4	4	3	3	4	27	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	38
5	3	3	3	3	4	3	3	3	25	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
6	3	3	3	4	3	3	3	4	26	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
7	3	3	3	3	3	3	3	3	24	7	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
8	3	3	4	4	4	4	4	4	30	8	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	34
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
10	3	3	3	3	3	3	3	3	24	10	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	33
11	3	3	4	4	4	4	4	4	30	11	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	39
12	3	3	3	4	3	3	3	4	26	12	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	34
13	3	3	3	4	4	3	3	4	27	13	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	34
14	4	4	4	3	4	4	3	3	29	14	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	37
15	3	3	3	4	3	3	3	4	26	15	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	40
16	3	3	3	3	4	3	3	3	25	16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
17	2	2	3	2	2	3	3	3	20	17	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	37
18	3	3	3	3	4	3	3	3	25	18	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	38
19	2	2	3	2	3	3	3	3	21	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
20	4	4	3	4	3	3	3	4	28	20	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	39
21	2	2	3	4	3	3	3	4	24	21	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
22	2	2	3	3	4	3	3	3	23	22	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	36
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24	23	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	39
24	4	4	3	3	4	3	3	3	27	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24	25	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	38
26	2	2	3	3	4	3	3	3	23	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
27	2	2	3	3	3	3	3	3	22	27	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	36
28	2	2	3	3	3	3	3	3	22	28	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
29	3	3	3	3	4	3	3	3	25	29	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	38
30	4	4	3	3	3	3	3	3	26	30	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	34

Persepsi Nasabah mengenai Bunga Simpanan							Keputusan Menabung Nasabah										
No Resp	No.Butir Angket						Skor Total	No Resp	No.Butir Angket								Skor Total
	1	2	3	4	5	6			1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	2	3	4	2	2	16	1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	3	3	3	3	3	3	18	2	3	3	3	3	2	3	3	3	23
3	3	2	3	3	2	2	15	3	3	4	3	4	3	3	4	3	27
4	3	3	3	2	3	3	17	4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	3	3	3	3	3	18	5	3	3	3	3	3	2	3	2	22
6	2	2	3	2	2	2	13	6	3	4	3	3	3	3	4	2	25
7	2	3	3	2	3	3	16	7	3	3	3	3	3	3	3	3	24
8	3	3	3	3	3	3	18	8	3	3	3	3	3	3	4	3	25
9	3	3	3	3	3	3	18	9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	2	3	3	2	3	3	16	10	3	4	4	4	3	3	3	3	27
11	2	3	4	3	3	3	18	11	4	3	3	3	3	3	3	3	25
12	3	4	3	3	3	3	19	12	3	3	3	4	3	2	3	2	23
13	2	3	2	2	3	4	16	13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	3	3	3	3	4	4	20	14	3	4	3	3	3	3	4	3	26
15	4	3	4	4	3	3	21	15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	3	2	3	3	2	2	15	16	3	3	3	3	4	3	3	3	25
17	3	3	4	3	3	3	19	17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	3	2	3	3	2	2	15	18	3	2	2	3	3	3	3	2	21
19	3	3	3	3	3	3	18	19	3	3	3	3	2	3	3	3	23
20	2	3	3	2	3	4	17	20	3	4	3	4	3	3	4	3	27
21	2	2	3	2	2	2	13	21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
22	3	3	3	3	3	3	18	22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	3	3	3	3	4	4	20	23	3	3	3	3	3	3	3	2	23
24	2	3	4	2	3	3	17	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	2	3	2	2	3	3	15	25	3	4	3	4	3	3	4	2	26
26	2	3	3	2	3	4	17	26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	3	4	4	3	3	3	20	27	2	3	3	3	3	3	3	3	23
28	3	3	4	3	3	3	19	28	4	3	4	3	4	4	4	3	29
29	3	3	3	3	3	3	18	29	3	3	3	3	3	2	3	2	22
30	4	3	4	4	3	4	22	30	3	3	3	3	3	3	3	2	23

LAMPIRAN 3. UJI COBA INSTRUMEN

A. Uji Validitas

1) Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk Tabungan

		Skor_Total
Pengetahuan1	Pearson Correlation	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Pengetahuan2	Pearson Correlation	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Pengetahuan3	Pearson Correlation	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Pengetahuan4	Pearson Correlation	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Pengetahuan5	Pearson Correlation	.506**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
Pengetahuan6	Pearson Correlation	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Pengetahuan7	Pearson Correlation	.542**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
Pengetahuan8	Pearson Correlation	.589**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
Skor_Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

2) Hasil Uji Validitas Reputasi Bank

		Skor_Total
Reputasi1	Pearson Correlation	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Reputasi2	Pearson Correlation	.508**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
Reputasi3	Pearson Correlation	.552**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
Reputasi4	Pearson Correlation	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Reputasi5	Pearson Correlation	.370 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.044
	N	30
Reputasi6	Pearson Correlation	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Reputasi7	Pearson Correlation	.419 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.021
	N	30
Reputasi8	Pearson Correlation	.527**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
Reputasi9	Pearson Correlation	.429 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.018
	N	30
Reputasi10	Pearson Correlation	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Reputasi11	Pearson Correlation	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Skor_Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

3) Hasil Uji Validitas Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

		Skor_Total
Persepsi1	Pearson Correlation	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Persepsi2	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Persepsi3	Pearson Correlation	.542**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
Persepsi4	Pearson Correlation	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Persepsi5	Pearson Correlation	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Persepsi6	Pearson Correlation	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Skor_Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

4) Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung Nasabah

		Skor_Total
Keputusan1	Pearson Correlation	.424 [*]
	Sig. (2-tailed)	.020
	N	30
Keputusan2	Pearson Correlation	.680 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Keputusan3	Pearson Correlation	.677 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Keputusan4	Pearson Correlation	.454 [*]
	Sig. (2-tailed)	.012
	N	30
Keputusan5	Pearson Correlation	.436 [*]
	Sig. (2-tailed)	.016
	N	30
Keputusan6	Pearson Correlation	.587 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
Keputusan7	Pearson Correlation	.701 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Keputusan8	Pearson Correlation	.423 [*]
	Sig. (2-tailed)	.020
	N	30
Skor_Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

B. UJI RELIABILITAS

1) Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk Tabungan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.756	8

2) Hasil Uji Reliabilitas Reputasi Bank

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	11

3) Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.700	6

4) Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Menabung Nasabah

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.663	8

LAMPIRAN 4. KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Nasabah
PT. Bank X Unit Y
di Tempat

Dengan hormat,

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya. Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, saya

Nama : Ayun Sekar Widowati
Nomor Induk Mahasiswa : 14812141033
Program Studi/Jurusan : Akuntansi/Pend. Akuntansi

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah”**.

Dengan demikian, saya mengharap kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Data dalam penelitian ini diperoleh hanya untuk kepentingan ilmiah dan data tentang responden akan dijaga kerahasiannya. Atas kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i, saya mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Februari 2018

(Ayun Sekar Widowati)

Petunjuk Pengisian

1. Tulislah identitas Anda dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan di bawah ini.
2. Bacalah terlebih dahulu setiap butir pernyataan dengan cermat.
3. Satu pernyataan hanya boleh dijawab dengan satu pilihan jawaban.

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, REPUTASI BANK, DAN PERSEPSI NASABAH MENGENAI SUKU BUNGA SIMPANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH

A. Identitas Responden

- | | | | |
|-------------------------|---|--|---|
| 1. Jenis Kelamin | : | <input type="checkbox"/> Laki-laki | <input type="checkbox"/> Perempuan |
| 2. Pendidikan | : | <input type="checkbox"/> SD | <input type="checkbox"/> Diploma |
| | | <input type="checkbox"/> SMP | <input type="checkbox"/> Sarjana |
| | | <input type="checkbox"/> SMA/SMK | <input type="checkbox"/> Pasca Sarjana |
| 3. Pekerjaan | : | <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa | <input type="checkbox"/> Wiraswasta |
| | | <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri | <input type="checkbox"/> Lain-lain..... |
| | | <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta | |
| 4. Lama menjadi nasabah | : | <input type="checkbox"/> 1 – 6 bulan | <input type="checkbox"/> 1 – 2 tahun |
| | | <input type="checkbox"/> 7 – 12 bulan | <input type="checkbox"/> > 2 tahun |

B. Pertanyaan

Berilah tanda centang(✓) pada kolom yang tersedia sesuai keadaan yang Anda alami.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Bagian I

Pernyataan-pernyataan di bawah ini mencerminkan pengetahuan Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai produk tabungan di PT. Bank X

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengetahui variasi produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank X Unit Y				
2	Saya mengetahui ciri-ciri atau karakteristik produk tabungan Bank X Unit Y				
3	Saya mengetahui dimana saya dapat melakukan penyimpanan dana pada produk tabungan Bank X Unit Y				
4	Saya mengetahui kegunaan produk-produk tabungan Bank X Unit Y				
5	Produk-produk tabungan Bank X Unit Y memberikan manfaat untuk menyisihkan dana yang saya miliki				
6	Produk tabungan Bank X Unit Y memberikan kemudahan untuk menyimpan dana yang saya miliki dengan aman				
7	Saya menyesal telah menempatkan dana pada produk tabungan Bank X Unit Y				
8	Saya merasa senang menabung pada produk tabungan Bank X Unit Y				

Bagian II

Pernyataan-pernyataan di bawah ini mencerminkan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai reputasi dari Bank X Unit Y

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Bank X Unit Y memiliki keunggulan dalam memberikan pelayanan				
2	Karyawan yang bekerja memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah				
3	Bank X Unit Y menyediakan berbagai produk pelayanan yang lebih lengkap jika dibandingkan dengan bank lain				
4	Bank X Unit Y tidak memiliki produk tabungan sesuai dengan kebutuhan yang Saya perlukan				
5	Bank X Unit Y memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola dan mengendalikan dana pihak ketiga yang dimilikinya				
6	Bank X Unit Y mampu mendapatkan laba atas kegiatan pengelolaan dana pihak ketiga tabungan yang dibuktikan dengan diterimanya bunga oleh nasabah				
7	Kebersihan lingkungan di sekitar Bank X Unit Y terjamin				
8	Bank X Unit Y memiliki keamanan yang baik				
9	Bank X Unit Y memiliki fasilitas yang kurang memadai				
10	Bank X Unit Y bertanggung jawab kepada masyarakat sehingga kehadirannya tidak mengganggu masyarakat atau warga sekitar				
11	Bank X Unit Y memiliki hubungan baik dengan warga sekitar				

Bagian III

Pernyataan-pernyataan di bawah ini mencerminkan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai suku bunga simpanan yang diberikan Bank X Unit Y

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Bunga yang ditetapkan Bank X Unit Y tinggi				
2	Saya menabung di bank karena tertarik dengan suku bunga yang diberikan				
3	Saya mengharapkan tingkat pengembalian tertentu yang akan memperbesar saldo tabungan saya				
4	Saya tidak mempertimbangkan tingkat suku bunga yang diberikan bank dari tabungan yang saya miliki, berapapun besarnya				
5	Tingkat suku bunga simpanan yang tinggi berfungsi untuk menarik minat nasabah				
6	Nasabah yang menyimpan dananya di bank dalam bentuk tabungan, giro maupun deposito diberikan balas jasa berupa bunga simpanan				

Bagian IV

Pernyataan-pernyataan di bawah ini mencerminkan keputusan yang diambil Bapak/Ibu/Saudara/i dalam kegiatan menabung di Bank X Unit Y

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya memiliki kriteria-kriteria tentang produk tabungan yang akan saya gunakan				
2	Saya memilih untuk membeli produk tabungan Bank X atas keputusan saya sendiri (bukan keputusan dari orang lain)				

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
3	Saya memilih produk tabungan sebagai wahana investasi karena menurut saya tabungan adalah yang paling menguntungkan dibanding produk simpanan lain				
4	Saya mantap menggunakan produk tabungan Bank X Unit Y karena banyak keuntungan yang diperoleh				
5	Saya selalu menyempatkan datang ke bank untuk mengurus tabungan saya				
6	Saya selalu menyisihkan sebagian uang untuk ditabung di bank				
7	Saya akan tetap menggunakan produk tabungan yang saya gunakan sekarang				
8	Saya sering melakukan penambahan saldo tabungan				

Mohon koreksi kembali jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i agar tidak ada yang terlewat

Terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya

LAMPIRAN 5. DESKRIPTIF DATA PENELITIAN

A. Deskriptif Data Responden

No.	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Lama menjadi nasabah
1	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	> 2 tahun
2	Laki-Laki	Diploma	Lain-Lain	> 2 tahun
3	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-2 tahun
4	Laki-Laki	SMA/SMK	Lain-Lain	> 2 tahun
5	Laki-Laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1-6 bulan
6	Laki-Laki	SMP	Pelajar/Mahasiswa	1-6 bulan
7	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-2 tahun
8	Perempuan	SMA/SMK	Lain-Lain	> 2 tahun
9	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	> 2 tahun
10	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan
11	Perempuan	SMP	Lain-Lain	1-6 bulan
12	Laki-Laki	Sarjana	Lain-Lain	> 2 tahun
13	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	> 2 tahun
14	Perempuan	SMA/SMK	Lain-Lain	1-6 bulan
15	Perempuan	Sarjana	Lain-Lain	> 2 tahun
16	Laki-Laki	Sarjana	Lain-Lain	> 2 tahun
17	Laki-Laki	Diploma	Pegawai Swasta	> 2 tahun
18	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	> 2 tahun
19	Perempuan	SMP	Wiraswasta	1-6 bulan
20	Laki-Laki	SMA/SMK	Pegawai Swasta	> 2 tahun
21	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
22	Laki-Laki	SMA/SMK	Lain-Lain	1-6 bulan
23	Laki-Laki	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan
24	Laki-Laki	Sarjana	Lain-Lain	> 2 tahun
25	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	> 2 tahun
26	Perempuan	SMA/SMK	Lain-Lain	7-12 bulan
27	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan
28	Laki-Laki	Diploma	Pegawai Swasta	> 2 tahun
29	Perempuan	Diploma	Pegawai Negeri	7-12 bulan
30	Laki-Laki	Diploma	Wiraswasta	7-12 bulan
31	Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1-6 bulan
32	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan

No.	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Lama menjadi nasabah
33	Laki-Laki	SMP	Pelajar/Mahasiswa	7-12 bulan
34	Laki-Laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun
35	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
36	Perempuan	Diploma	Lain-Lain	1-6 bulan
37	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan
38	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
39	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Negeri	> 2 tahun
40	Laki-Laki	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan
41	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan
42	Laki-Laki	Sarjana	Lain-Lain	> 2 tahun
43	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	> 2 tahun
44	Laki-Laki	Diploma	Wiraswasta	> 2 tahun
45	Laki-Laki	SMA/SMK	Lain-Lain	1-6 bulan
46	Perempuan	Diploma	Pegawai Swasta	1-6 bulan
47	Laki-Laki	Diploma	Lain-Lain	> 2 tahun
48	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	> 2 tahun
49	Laki-Laki	Sarjana	Pegawai Swasta	1-6 bulan
50	Perempuan	SMP	Lain-Lain	1-2 tahun
51	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan
52	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	> 2 tahun
53	Perempuan	SMA/SMK	Lain-Lain	> 2 tahun
54	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan
55	Laki-Laki	Diploma	Pegawai Swasta	> 2 tahun
56	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
57	Perempuan	SMA/SMK	Lain-Lain	1-2 tahun
58	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	> 2 tahun
59	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	> 2 tahun
60	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
61	Perempuan	Diploma	Pegawai Swasta	> 2 tahun
62	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
63	Laki-Laki	Sarjana	Lain-Lain	> 2 tahun
64	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
65	Perempuan	Sarjana	Lain-Lain	> 2 tahun
66	Laki-Laki	Sarjana	Lain-Lain	> 2 tahun
67	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	7-12 bulan
68	Laki-Laki	Diploma	Pegawai Swasta	1-2 tahun

No.	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Lama menjadi nasabah
69	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
70	Perempuan	Diploma	Lain-Lain	> 2 tahun
71	Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	1-2 tahun
72	Laki-Laki	SMA/SMK	Lain-Lain	> 2 tahun
73	Laki-Laki	SMA/SMK	Pegawai Swasta	> 2 tahun
74	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	1-6 bulan
75	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	> 2 tahun
76	Laki-Laki	Sarjana	Wiraswasta	> 2 tahun
77	Perempuan	SMA/SMK	Lain-Lain	1-6 bulan
78	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	1-6 bulan
79	Laki-Laki	SMA/SMK	Wiraswasta	> 2 tahun
80	Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	1-6 bulan

B. Deskriptif Data Jawaban Kuesioner Penelitian

1. Pengetahuan Produk Tabungan (X_1)

No Resp	No.Butir Angket								Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	3	3	3	3	3	4	4	26
2	3	2	3	3	3	3	3	3	23
3	3	3	3	3	4	3	3	4	26
4	3	3	4	4	3	3	4	4	28
5	2	2	2	3	3	3	3	3	21
6	3	3	3	4	3	3	3	3	25
7	3	3	3	3	3	3	3	3	24
8	3	3	4	3	3	4	4	3	27
9	3	3	4	3	3	3	3	4	26
10	3	3	4	4	4	4	3	3	28
11	3	3	3	3	3	4	4	4	27
12	2	2	3	2	3	3	3	3	21
13	2	2	3	2	2	3	3	3	20
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	3	4	4	3	3	4	4	4	29

No Resp	No.Butir Angket								Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
16	2	2	3	3	3	3	3	4	23
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	3	3	3	3	4	3	3	3	25
19	2	2	3	2	3	3	3	3	21
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	3	2	3	4	3	3	3	4	25
22	2	2	3	3	3	3	3	4	23
23	2	2	3	2	3	3	3	3	21
24	2	3	3	3	3	3	3	3	23
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	2	2	2	2	3	3	3	3	20
27	2	2	3	3	3	3	3	3	22
28	2	2	3	3	3	3	3	4	23
29	2	2	3	2	3	3	3	3	21
30	3	3	4	3	3	4	4	4	28
31	4	3	4	4	3	3	3	3	27
32	3	3	3	3	3	3	3	3	24
33	2	2	3	2	3	3	3	3	21
34	2	2	3	3	3	3	3	3	22
35	2	2	2	2	3	3	2	3	19
36	3	3	3	3	3	3	3	4	25
37	2	2	3	2	3	3	3	3	21
38	3	3	3	3	3	3	3	4	25
39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
40	3	3	3	3	4	4	3	3	26
41	3	3	3	3	4	3	4	4	27
42	3	3	3	4	4	3	3	3	26
43	3	3	3	3	4	4	3	3	26
44	3	3	3	3	3	3	2	3	23
45	2	2	3	3	3	3	3	3	22
46	4	4	4	4	3	4	3	4	30
47	2	2	3	3	3	3	3	3	22
48	2	2	3	3	3	3	3	3	22
49	3	3	3	3	3	3	3	3	24
50	3	3	3	3	4	4	3	3	26

No Resp	No.Butir Angket								Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
52	3	2	3	3	3	3	3	3	23
53	2	2	3	2	2	3	3	3	20
54	3	3	3	3	4	4	3	3	26
55	2	3	3	3	3	4	4	3	25
56	3	3	4	3	4	3	4	3	27
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	4	3	4	4	4	4	4	4	31
59	3	3	4	3	4	3	3	4	27
60	2	3	3	3	3	3	3	3	23
61	3	3	4	4	4	3	4	4	29
62	3	3	3	3	3	4	3	3	25
63	3	3	3	3	3	4	3	3	25
64	2	2	3	4	3	4	3	3	24
65	3	3	3	4	3	3	3	3	25
66	3	2	3	3	3	3	3	3	23
67	2	2	4	3	3	4	3	4	25
68	3	3	3	3	3	3	3	4	25
69	2	2	3	3	3	3	3	3	22
70	3	3	3	3	3	3	3	3	24
71	2	2	2	3	3	3	3	3	21
72	3	3	3	3	3	3	3	3	24
73	2	2	3	2	3	3	3	3	21
74	4	3	4	4	4	3	4	4	30
75	2	2	2	2	3	3	3	3	20
76	3	3	4	4	3	3	3	3	26
77	4	3	4	4	3	3	4	4	29
78	2	2	2	2	3	3	3	4	21
79	2	2	2	3	3	3	2	3	20
80	4	3	4	4	4	4	4	4	31
Total	215	210	249	242	254	257	251	264	1942

2. Reputasi Bank (X₂)

No Resp	No.Butir Angket											Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	36
2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	35
3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	36
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
7	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
8	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	31
9	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	34
10	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
11	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	34
12	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	35
13	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
14	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	35
15	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	37
16	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	34
17	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	37
18	2	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36
19	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	34
20	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	37
21	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	30
22	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
23	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	38
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
25	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	34
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
27	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	34
28	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	41
29	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	37
30	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	38

No Resp	No.Butir Angket											Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
31	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	35
32	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	30
33	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	35
34	2	2	3	3	4	3	4	4	2	4	3	34
35	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	31
36	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	36
37	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
38	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	38
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
40	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	30
41	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
42	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
43	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	39
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
45	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	30
46	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	30
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
48	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
49	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
50	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	35
51	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	32
52	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	33
53	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	32
54	3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	4	33
55	3	4	2	2	3	4	2	4	4	3	3	34
56	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
57	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
59	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
60	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	31

No Resp	No.Butir Angket											Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
61	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	37
62	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	36
63	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	36
64	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
65	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	39
66	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	34
67	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	38
68	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	35
69	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	30
70	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	36
71	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	35
72	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
73	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
74	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	32
75	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	34
76	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	36
77	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	41
78	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	35
79	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	30
80	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
Total	235	233	236	245	246	255	262	267	236	250	251	2716

3. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan (X_3)

No Resp	No.Butir Angket						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	2	2	3	4	2	2	15
2	2	2	2	2	3	3	14
3	3	2	3	3	3	2	16
4	3	3	3	3	3	3	18
5	2	3	3	3	3	3	17
6	3	2	3	2	3	3	16
7	3	3	3	3	3	3	18
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	3	3	2	3	3	16
10	3	3	3	2	3	3	17

No Resp	No.Butir Angket						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
11	4	3	4	4	3	3	21
12	3	4	3	3	4	4	21
13	2	2	2	2	2	2	12
14	3	3	3	3	4	3	19
15	2	2	3	3	3	3	16
16	3	2	4	4	2	2	17
17	3	3	3	3	4	4	20
18	3	3	3	3	3	3	18
19	3	2	2	3	3	3	16
20	3	3	3	4	3	3	19
21	3	3	3	3	3	3	18
22	2	2	2	2	2	2	12
23	2	2	3	2	3	3	15
24	3	3	4	2	3	3	18
25	1	2	2	3	3	3	14
26	2	2	2	3	3	3	15
27	3	3	4	3	3	3	19
28	2	4	3	2	3	4	18
29	3	3	4	4	4	4	22
30	2	3	3	3	3	3	17
31	3	3	3	3	3	4	19
32	3	3	3	3	2	2	16
33	2	2	3	3	2	2	14
34	2	2	2	3	3	3	15
35	2	2	3	2	3	3	15
36	3	4	3	2	3	3	18
37	3	3	3	2	3	3	17
38	2	3	3	2	3	3	16
39	3	3	3	2	3	3	17
40	3	3	3	3	4	4	20
41	3	2	3	2	3	4	17
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	4	2	3	4	4	20
44	2	3	2	3	3	3	16
45	2	2	2	3	3	3	15

No Resp	No.Butir Angket						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
46	3	3	3	4	4	3	20
47	3	2	3	2	3	3	16
48	2	2	3	2	3	3	15
49	3	2	2	3	3	3	16
50	3	3	4	3	3	3	19
51	2	2	2	3	3	3	15
52	3	3	3	3	3	3	18
53	2	2	2	2	3	3	14
54	3	2	2	3	3	3	16
55	3	2	3	3	3	3	17
56	3	3	3	3	3	4	19
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	4	4	3	4	21
59	3	2	4	3	3	4	19
60	3	3	3	3	3	3	18
61	3	3	3	3	3	4	19
62	4	4	4	3	4	3	22
63	3	3	3	3	3	3	18
64	2	3	3	3	3	3	17
65	2	3	2	2	2	3	14
66	3	3	3	4	4	3	20
67	4	4	4	4	4	4	24
68	3	3	3	2	3	4	18
69	2	2	2	3	3	2	14
70	3	3	4	4	3	3	20
71	2	2	2	3	3	3	15
72	3	3	4	4	4	4	22
73	2	2	1	2	2	3	12
74	3	3	4	3	3	3	19
75	3	2	2	3	3	3	16
76	3	3	3	3	3	3	18
77	2	2	3	2	3	3	15
78	2	2	2	3	2	3	14
79	3	2	3	3	3	3	17
80	3	3	4	4	4	4	22
Total	214	214	233	230	243	248	1382

4. Keputusan Menabung Nasabah (Y)

No Resp	No.Butir Angket								Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	3	4	3	4	3	29
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	2	3	3	3	3	3	2	22
4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	3	3	3	2	3	3	3	23
6	3	3	3	3	3	3	4	2	24
7	3	4	3	3	3	3	4	3	26
8	3	3	3	3	3	3	4	3	25
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	4	3	4	3	3	3	3	3	26
11	3	4	3	3	3	3	4	3	26
12	3	3	3	4	3	2	3	2	23
13	3	2	2	3	3	3	3	2	21
14	4	4	4	3	4	4	4	3	30
15	3	4	3	4	3	3	4	3	27
16	4	4	3	3	3	3	3	3	26
17	3	3	3	3	4	3	3	3	25
18	3	3	4	3	3	3	4	3	26
19	3	4	3	3	3	3	3	3	25
20	3	3	3	4	3	3	4	3	26
21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
22	2	2	3	3	2	3	3	2	20
23	3	3	3	3	3	3	3	2	23
24	3	3	3	3	3	3	4	3	25
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	3	2	3	3	2	3	3	2	21
27	3	3	3	3	3	3	4	3	25
28	3	3	4	3	4	4	3	3	27
29	4	3	3	3	3	2	3	2	23
30	3	4	4	4	3	3	4	2	27

No Resp	No.Butir Angket								Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
31	4	4	3	3	3	3	4	3	27
32	3	3	4	3	3	3	3	3	25
33	3	3	3	3	2	3	3	3	23
34	3	2	2	3	3	2	3	2	20
35	3	3	3	3	3	3	2	2	22
36	3	4	3	3	3	3	3	3	25
37	3	3	3	3	3	3	3	3	24
38	4	3	2	3	4	4	3	3	26
39	3	3	3	3	3	3	2	3	23
40	2	3	3	3	3	2	3	2	21
41	3	3	4	3	3	3	3	3	25
42	3	3	3	3	3	3	3	3	24
43	4	4	4	4	3	3	3	3	28
44	4	3	4	3	3	3	3	3	26
45	2	3	3	3	3	3	3	2	22
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	2	3	3	3	3	3	3	3	23
48	2	3	3	3	3	3	3	2	22
49	3	3	3	3	3	2	3	3	23
50	3	3	3	3	3	3	4	4	26
51	2	2	3	3	2	3	3	3	21
52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
53	2	3	3	2	3	3	3	2	21
54	2	3	3	3	2	3	3	3	22
55	4	4	4	3	3	3	3	3	27
56	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	2	3	3	3	3	3	3	3	23
58	3	3	3	3	3	3	4	4	26
59	3	3	4	3	4	4	4	3	28
60	3	3	4	3	3	2	4	2	24
61	3	4	4	3	4	3	4	3	28
62	3	3	3	3	3	3	4	3	25
63	4	3	4	3	4	3	4	3	28
64	3	3	3	3	3	3	3	2	23
65	4	3	3	3	3	3	3	3	25

No Resp	No.Butir Angket								Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
66	2	3	4	3	4	3	4	3	26
67	4	4	3	3	4	3	4	3	28
68	3	3	3	3	4	3	4	3	26
69	3	3	3	3	3	2	3	2	22
70	3	2	4	4	4	3	4	3	27
71	3	3	3	3	3	3	3	3	24
72	3	4	3	3	3	3	3	3	25
73	3	2	3	3	3	3	3	2	22
74	3	3	3	3	3	3	3	3	24
75	3	4	4	3	3	4	3	3	27
76	3	2	3	3	3	3	2	2	21
77	3	4	4	3	3	3	3	3	26
78	2	2	3	3	3	2	3	2	20
79	2	3	3	3	2	2	3	2	20
80	4	4	4	3	4	3	4	4	30
Total	242	248	257	245	247	237	262	221	1959

LAMPIRAN 6. FREKUENSI KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	37	46.3	46.3	46.3
	Perempuan	43	53.8	53.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	5	6.3	6.3	6.3
	SMA/SMK	48	60.0	60.0	66.3
	Diploma	13	16.3	16.3	82.5
	Sarjana	14	17.5	17.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	5	6.3	6.3	6.3
	Pegawai Negeri	3	3.8	3.8	10.0
	Pegawai Swasta	20	25.0	25.0	35.0
	Wiraswasta	28	35.0	35.0	70.0
	Lain-lain	24	30.0	30.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Lama menjadi Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-6 bulan	32	40.0	40.0	40.0
	7-12 bulan	5	6.3	6.3	46.3
	1-2 tahun	7	8.8	8.8	55.0
	> 2 tahun	36	45.0	45.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

LAMPIRAN 7. STATISTIK DESKRIPTIF

A. Statistik Deskriptif

Statistics					
		Pengetahuan Produk Tabungan	Reputasi Bank	Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	Keputusan Menabung Nasabah
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0
Mean		24.28	33.95	17.28	24.49
Median		24.00	34.00	17.00	24.00
Mode		24	34	18	24
Std. Deviation		2.801	2.633	2.480	2.402
Minimum		19	30	12	20
Maximum		31	41	24	30
Sum		1942	2716	1382	1959

B. PERHITUNGAN DISTRIBUSI FREKUENSI DAN KECENDERUNGAN VARIABEL

1. Keputusan Menabung Nasabah

a. Perhitungan Distribusi Frekuensi

1) Jumlah kelas interval

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log_n \\
 &= 1 + 3,3 \log_{80} \\
 &= 1 + 6,280 \\
 &= 7,280 \text{ (dibulatkan menjadi 7)}
 \end{aligned}$$

2) Rentang data = (skor maksimum – skor minimum)
 $= 30 - 20$
 $= 10$

3) Panjang kelas = $\frac{\text{rentang data}}{\text{jumlah kelas}}$
 $= \frac{10}{7} = 1,4 \text{ (dibulatkan menjadi 1,5)}$

Keputusan Menabung Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20,0 - 21,4	10	12.5	12.5	12.5
	21,5 - 22,9	7	8.8	8.8	21.3
	23,0 - 24,4	24	30.0	30.0	51.2
	24,5 - 25,9	11	13.8	13.8	65.0
	26,0 - 27,4	19	23.8	23.8	88.8
	27,5 - 28,9	5	6.3	6.3	95.0
	29,0 - 30,4	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: data primer diolah

b. Perhitungan Penentuan Kategori Kecenderungan Variabel

$$\begin{aligned}
 \text{Mean ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min}) \\
 &= \frac{1}{2} (32 + 8) \\
 &= 20
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Standar deviasi ideal (SDi)} &= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min}) \\
 &= \frac{1}{6} (32 - 8) \\
 &= 4
 \end{aligned}$$

Penentuan Kategori:

$$\begin{aligned}
 \text{Rendah} &= X < (Mi - SDi) \\
 &= X < (20 - 4) \\
 &= < 16
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Sedang} &= (Mi - SDi) \leq X \leq (Mi + SDi) \\
 &= (20 - 4) \leq X \leq (20 + 4) \\
 &= 16 \leq X \leq 24
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Tinggi} &= X > (Mi + Di) \\
 &= X > (20 + 4) \\
 &= X > 24
 \end{aligned}$$

2. Pengetahuan Produk Tabungan

a. Perhitungan Distribusi Frekuensi

- 1) Jumlah kelas interval

$$\begin{aligned}K &= 1 + 3,3 \log_n \\&= 1 + 3,3 \log_{80} \\&= 1 + 6,280 \\&= 7,280 \text{ (dibulatkan menjadi 7)}\end{aligned}$$

- 2) Rentang data = (skor maksimum – skor minimum)
= (31-19)
= 12

- 3) Panjang kelas = $\frac{\text{rentang data}}{\text{jumlah kelas}}$
 $= \frac{12}{7} = 1,7$ (dibulatkan menjadi 2)

Pengetahuan Produk Tabungan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18,5 - 20,4	6	7.5	7.5	7.5
	20,5 - 22,4	17	21.3	21.3	28.7
	22,5 - 24,4	21	26.3	26.3	55.0
	24,5 - 26,4	20	25.0	25.0	80.0
	26,5 - 28,4	9	11.3	11.3	91.3
	28,5 - 30,4	5	6.3	6.3	97.5
	30,5 - 32,4	2	2.5	2.5	100.0
Total		80	100.0	100.0	

Sumber: data primer diolah

b. Perhitungan Penentuan Kategori Kecenderungan Variabel

$$\begin{aligned}\text{Mean ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min}) \\&= \frac{1}{2} (32 + 8) \\&= 20\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Standar deviasi ideal (SDi)} &= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min}) \\ &= \frac{1}{6} (32 - 8) \\ &= 4\end{aligned}$$

Penentuan Kategori:

$$\begin{aligned}\text{Rendah} &= X < (Mi - SDi) \\ &= X < (20 - 4) \\ &= X < 16 \\ \text{Sedang} &= (Mi - SDi) \leq X \leq (Mi + SDi) \\ &= (20 - 4) \leq X \leq (20 + 4) \\ &= 16 \leq X \leq 24 \\ \text{Tinggi} &= X > (Mi + Di) \\ &= X > (20 + 4) \\ &= X > 24\end{aligned}$$

3. Reputasi Bank

a. Perhitungan Distribusi Frekuensi

1) Jumlah kelas interval

$$\begin{aligned}K &= 1 + 3,3 \log_n \\ &= 1 + 3,3 \log_{80} \\ &= 1 + 6,280 \\ &= 7,280 \text{ (dibulatkan menjadi 7)}\end{aligned}$$

2) Rentang data = (skor maksimum – skor minimum)
 $= (41 - 30)$
 $= 11$

3) Panjang kelas = $\frac{\text{rentang data}}{\text{jumlah kelas}}$

$$= \frac{11}{7} = 1,57 \text{ (dibulatkan menjadi 2)}$$

Reputasi Bank					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	28,5 - 30,4	7	8.8	8.8	8.8
	30,5 - 32,4	19	23.8	23.8	32.5
	32,5 -34,4	22	27.5	27.5	60.0
	34,5 - 36,4	19	23.8	23.8	83.8
	36,5 - 38,4	9	11.3	11.3	95.0
	38,5 - 40,4	2	2.5	2.5	97.5
	40,5 - 42,4	2	2.5	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: data primer diolah

b. Perhitungan Penentuan Kategori Kecenderungan Variabel

$$\begin{aligned}
 \text{Mean ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min}) \\
 &= \frac{1}{2} (44 + 11) \\
 &= 27,5
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Standar deviasi ideal (SDi)} &= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min}) \\
 &= \frac{1}{6} (44 - 11) \\
 &= 5,5
 \end{aligned}$$

Penentuan Kategori:

$$\begin{aligned}
 \text{Rendah} &= X < (Mi - SDi) \\
 &= X < (27,5 - 5,5) \\
 &= X < 22
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Sedang} &= (Mi - SDi) \leq X \leq (Mi + SDi) \\
 &= (27,5 - 5,5) \leq X \leq (27,5 + 5,5) \\
 &= 22 \leq X \leq 33
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Tinggi} &= X > (Mi + Di) \\
 &= X > (27,5 + 5,5) \\
 &= X > 33
 \end{aligned}$$

4. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

a. Perhitungan Distribusi Frekuensi

- 1) Jumlah kelas interval

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log_n \\
 &= 1 + 3,3 \log_{80} \\
 &= 1 + 6,280 \\
 &= 7,280 \text{ (dibulatkan menjadi 7)}
 \end{aligned}$$
- 2) Rentang data = (skor maksimum – skor minimum)

$$\begin{aligned}
 &= (24-12) \\
 &= 12
 \end{aligned}$$
- 3) Panjang kelas = $\frac{\text{rentang data}}{\text{jumlah kelas}}$

$$= \frac{12}{7} = 1,7 \text{ (dibulatkan menjadi 2)}$$

Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11,5 - 13,4	3	3.8	3.8	3.8
	13,5 - 15,4	17	21.3	21.3	25.0
	15,5 - 17,4	22	27.5	27.5	52.5
	17,5 - 19,4	24	30.0	30.0	82.5
	19,5 - 21,4	9	11.3	11.3	93.8
	21,5 - 23,4	4	5.0	5.0	98.8
	23,5 - 25,4	1	1.3	1.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: data primer diolah

b. Perhitungan Penentuan Kategori Kecenderungan Variabel

$$\begin{aligned}
 \text{Mean ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min}) \\
 &= \frac{1}{2} (24 + 6) \\
 &= 15
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Standar deviasi ideal (SDi)} &= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min}) \\
 &= \frac{1}{6} (24 - 6) \\
 &= 3
 \end{aligned}$$

Penentuan Kategori:

Rendah	$ \begin{aligned} &= X < (Mi - SDi) \\ &= X < (15 - 3) \\ &= X < 12 \end{aligned} $
Sedang	$ \begin{aligned} &= (Mi - SDi) \leq X \leq (Mi + SDi) \\ &= (15 - 3) \leq X \leq (15 + 3) \\ &= 12 \leq X \leq 18 \end{aligned} $
Tinggi	$ \begin{aligned} &= X > (Mi + Di) \\ &= X > (15 + 3) \\ &= X > 18 \end{aligned} $

C. Data Kategori

No.	X1		X2		X3		Y	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori
1	26	Baik	36	Baik	15	Sedang	29	Kuat
2	23	Sedang	35	Baik	14	Sedang	24	Sedang
3	26	Baik	31	Cukup	16	Sedang	22	Sedang
4	28	Baik	33	Cukup	18	Sedang	24	Sedang
5	21	Sedang	36	Baik	17	Sedang	23	Sedang
6	25	Baik	33	Cukup	16	Sedang	24	Sedang
7	24	Sedang	34	Baik	18	Sedang	26	Kuat
8	27	Baik	31	Cukup	18	Sedang	25	Kuat
9	26	Baik	34	Baik	16	Sedang	24	Sedang
10	28	Baik	32	Cukup	17	Sedang	26	Kuat
11	27	Baik	34	Baik	21	Tinggi	26	Kuat
12	21	Sedang	35	Baik	21	Tinggi	23	Sedang
13	20	Sedang	34	Baik	12	Sedang	21	Sedang
14	24	Sedang	35	Baik	19	Tinggi	30	Kuat
15	29	Baik	37	Baik	16	Sedang	27	Kuat
16	23	Sedang	34	Baik	17	Sedang	26	Kuat
17	24	Sedang	37	Baik	20	Tinggi	25	Kuat
18	25	Baik	36	Baik	18	Sedang	26	Kuat
19	21	Sedang	34	Baik	16	Sedang	25	Kuat
20	24	Sedang	37	Baik	19	Tinggi	26	Kuat
21	25	Baik	30	Cukup	18	Sedang	24	Sedang
22	23	Sedang	31	Cukup	12	Sedang	20	Sedang
23	21	Sedang	38	Baik	15	Sedang	23	Sedang
24	23	Sedang	33	Cukup	18	Sedang	25	Kuat
25	24	Sedang	34	Baik	14	Sedang	24	Sedang
26	20	Sedang	33	Cukup	15	Sedang	21	Sedang
27	22	Sedang	34	Baik	19	Tinggi	25	Kuat
28	23	Sedang	41	Baik	18	Sedang	27	Kuat
29	21	Sedang	37	Baik	22	Tinggi	23	Sedang
30	28	Baik	38	Baik	17	Sedang	27	Kuat
31	27	Baik	35	Baik	19	Tinggi	27	Kuat
32	24	Sedang	30	Cukup	16	Sedang	25	Kuat
33	21	Sedang	35	Baik	14	Sedang	23	Sedang
34	22	Sedang	34	Baik	15	Sedang	20	Sedang
35	19	Sedang	31	Cukup	15	Sedang	22	Sedang
36	25	Baik	36	Baik	18	Sedang	25	Kuat
37	21	Sedang	32	Cukup	17	Sedang	24	Sedang
38	25	Baik	38	Baik	16	Sedang	26	Kuat

No	X1		X2		X3		Y	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori
39	24	Sedang	33	Cukup	17	Sedang	23	Sedang
40	26	Baik	30	Cukup	20	Tinggi	21	Sedang
41	27	Baik	32	Cukup	17	Sedang	25	Kuat
42	26	Baik	31	Cukup	18	Sedang	24	Sedang
43	26	Baik	39	Baik	20	Tinggi	28	Kuat
44	23	Sedang	33	Cukup	16	Sedang	26	Kuat
45	22	Sedang	30	Cukup	15	Sedang	22	Sedang
46	30	Baik	30	Cukup	20	Tinggi	24	Sedang
47	22	Sedang	33	Cukup	16	Sedang	23	Sedang
48	22	Sedang	32	Cukup	15	Sedang	22	Sedang
49	24	Sedang	32	Cukup	16	Sedang	23	Sedang
50	26	Baik	35	Baik	19	Tinggi	26	Kuat
51	22	Sedang	32	Cukup	15	Sedang	21	Sedang
52	23	Sedang	33	Cukup	18	Sedang	24	Sedang
53	20	Sedang	32	Cukup	14	Sedang	21	Sedang
54	26	Baik	33	Cukup	16	Sedang	22	Sedang
55	25	Baik	34	Baik	17	Sedang	27	Kuat
56	27	Baik	31	Cukup	19	Tinggi	24	Sedang
57	24	Sedang	31	Cukup	18	Sedang	23	Sedang
58	31	Baik	33	Cukup	21	Tinggi	26	Kuat
59	27	Baik	32	Cukup	19	Tinggi	28	Kuat
60	23	Sedang	31	Cukup	18	Sedang	24	Sedang
61	29	Baik	37	Baik	19	Tinggi	28	Kuat
62	25	Baik	36	Baik	22	Tinggi	25	Kuat
63	25	Baik	36	Baik	18	Sedang	28	Kuat
64	24	Sedang	31	Cukup	17	Sedang	23	Sedang
65	25	Baik	39	Baik	14	Sedang	25	Kuat
66	23	Sedang	34	Baik	20	Tinggi	26	Kuat
67	25	Baik	38	Baik	24	Tinggi	28	Kuat
68	25	Baik	35	Baik	18	Sedang	26	Kuat
69	22	Sedang	30	Cukup	14	Sedang	22	Sedang
70	24	Sedang	36	Baik	20	Tinggi	27	Kuat
71	21	Sedang	35	Baik	15	Sedang	24	Sedang
72	24	Sedang	35	Baik	22	Tinggi	25	Kuat
73	21	Sedang	31	Cukup	12	Sedang	22	Sedang
74	30	Baik	32	Cukup	19	Tinggi	24	Sedang
75	20	Sedang	34	Baik	16	Sedang	27	Kuat
76	26	Baik	36	Baik	18	Sedang	21	Sedang
77	29	Baik	41	Baik	15	Sedang	26	Kuat
78	21	Sedang	35	Baik	14	Sedang	20	Sedang

No	X1		X2		X3		Y	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori
79	20	Sedang	30	Cukup	17	Sedang	20	Sedang
80	31	Baik	35	Baik	22	Tinggi	30	Kuat

D. Frekuensi Kecenderungan Variabel

Pengetahuan Produk Tabungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	44	55.0	55.0	55.0
	Baik	36	45.0	45.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Reputasi Bank

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup	36	45.0	45.0	45.0
	Baik	44	55.0	55.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	57	71.3	71.3	71.3
	Tinggi	23	28.7	28.7	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Keputusan Menabung Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	41	51.2	51.2	51.2
	Kuat	39	48.8	48.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

LAMPIRAN 8. UJI ASUMSI KLASIK

A. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Pengetahuan Produk Tabungan	Reputasi Bank	Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	Keputusan Menabung Nasabah
N		80	80	80	80
Normal	Mean	24.28	33.95	17.27	24.49
Parameters ^a	Std. Deviation	2.801	2.633	2.480	2.402
Most	Absolute	.089	.096	.098	.093
Extreme	Positive	.089	.096	.098	.093
Differences	Negative	-.061	-.067	-.090	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.797	.854	.872	.831
Asymp. Sig. (2-tailed)		.549	.459	.432	.495

a. Test distribution is Normal.

B. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
(Constant)	.703	2.916		.241	.810		
Pengetahuan Produk Tabungan	.299	.078	.349	3.860	.000	.811	1.233
Reputasi Bank	.355	.076	.389	4.689	.000	.963	1.038
Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	.258	.089	.267	2.917	.005	.793	1.261

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

C. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.158	1.910		.606
	Pengetahuan Produk Tabungan	-.013	.051	-.032	.803
	Reputasi Bank	-.005	.050	-.011	.923
	Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	.034	.058	.076	.556

a. Dependent Variable: RES2

D. Hasil Uji Linearitas

1. Pengetahuan Produk Tabungan * Keputusan Menabung Nasabah

ANOVA Table						
			Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
Keputusan Menabung Nasabah * Pengetahuan Produk Tabungan	Between Groups	(Combined) Linearity	187.105	12	15.592	3.885
			118.703	1	118.703	29.578
		Deviation from Linearity	68.402	11	6.218	1.549
	Within Groups		268.882	67	4.013	
Total			455.988	79		

2. Reputasi Bank * Keputusan Menabung Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Menabung Nasabah * Reputasi Bank	Between Groups	(Combined)	113.440	10	11.344	2.285	.022
		Linearity	105.104	1	105.104	21.171	.000
		Deviation from Linearity	8.336	9	.926	.187	.995
	Within Groups		342.547	69	4.964		
	Total		455.987	79			

3. Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan * Keputusan Menabung Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Menabung Nasabah * Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	Between Groups	(Combined)	147.176	10	14.718	3.288	.002
		Linearity	110.069	1	110.069	24.594	.000
		Deviation from Linearity	37.106	9	4.123	.921	.512
	Within Groups		308.812	69	4.476		
	Total		455.988	79			

LAMPIRAN 9. UJI HIPOTESIS

1. Uji Regresi Linear Sederhana

a. Hasil Uji Hipotesis 1

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengetahuan Produk Tabungan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.251	2.079

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk Tabungan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.865	2.041		6.795	.000
Pengetahuan Produk Tabungan	.438	.084	.510	5.239	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

b. Hasil Uji Hipotesis 2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Reputasi Bank ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.480 ^a	.230	.221	2.121

a. Predictors: (Constant), Reputasi Bank

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.617	3.086		3.117	.003
	Reputasi Bank	.438	.091	.480	4.834	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

c. Hasil Uji Hipotesis 3

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.491 ^a	.241	.232	2.106

a. Predictors: (Constant), Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.266	1.667		9.758	.000
	Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	.476	.096	.491	4.982	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

2. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Hipotesis 4

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan, Reputasi Bank, Pengetahuan Produk Tabungan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.476	1.739

a. Predictors: (Constant), Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan, Reputasi Bank, Pengetahuan Produk Tabungan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	226.162	3	75.387	24.930	.000 ^b
	Residual	229.825	76	3.024		
	Total	455.988	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

b. Predictors: (Constant), Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan, Reputasi Bank, Pengetahuan Produk Tabungan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.703	2.916		.241	.810
	Pengetahuan Produk Tabungan	.299	.078	.349	3.860	.000
	Reputasi Bank	.355	.076	.389	4.689	.000
	Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan	.258	.089	.267	2.917	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah

