



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MENABUNG (*SAVING BEHAVIOR*) NASABAH

Eka Indriyani MS*
Syella Fransisca*
UIN Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam menabung pada PT. BRI Unit Sirenja Cabang Palu, Tbk. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel tingkat suku bunga (X_1), keamanan bertransaksi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel adalah 83 nasabah yang terdaftar dan memenuhi syarat yaitu minimal sudah 1 tahun lamanya menabung di BRI Unit Sirenja Cabang Palu. Berdasarkan hasil penelitian tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah pada PT. BRI Unit Sirenja Cabang Palu, Tbk.

Secara parsial hanya variabel tingkat suku bunga yang tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah pada PT. BRI Unit Sirenja Cabang Palu, Tbk.

Kata kunci : tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi, kualitas pelayanan dan saving behaviour.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence customer behavior in saving at PT. BRI Sirenja Unit, Palu Branch, Tbk. The variables in this study include the interest rate variable (X_1), transaction security (X_2) and service quality (X_3). Sampling was carried out by nonprobability sampling method with a sample size of 83 registered customers and met the requirements, namely at least 1 year of saving at BRI Sirenja Unit, Palu Branch. Based on the results of research on interest rates, transaction security and service quality together (simultaneously) have a positive and significant effect on customer saving behavior at PT. BRI Sirenja Unit, Palu Branch, Tbk.

Partially, only the interest rate variable has no effect on customers' saving behavior at PT. BRI Sirenja Unit, Palu Branch, Tbk.

Keywords: interest rate, transaction security, service quality and saving behavior.



PENDAHULUAN

Perkembangan yang pesat dalam dunia perbankan saat ini ditandai dengan banyaknya bank-bank syariah yang bermunculan. Hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhan asset perbankan Syariah mencapai Rp 149,3 triliun (BUS & UUS Rp 145,6 triliun dan BPRS Rp 3,7 triliun) atau tumbuh sebesar 51,1%. Banyaknya bank syariah yang ada, menuntut bank konvensional untuk lebih peka terhadap kebutuhan maupun perilaku menabung nasabah sehingga nasabah tidak akan berpindah ke bank yang lain. Perilaku menabung nasabah terhadap bank dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi nasabah terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. "Dalam menginterpretasikan suatu informasi, antar nasabah tidaklah sama meskipun informasi yang diterima berasal dari sumber yang sama (Kotler dan Armstrong, 2008:174)". Hal ini yang menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi bank untuk dapat menarik perilaku menabung nasabah dengan melakukan berbagai upaya.

Salah satunya upaya yang dilakukan yaitu penetapan tingkat suku bunga. Dalam bank konvensional tingkat suku bunga yang ditetapkan diharapkan dapat menarik perilaku nasabah untuk menabung di bank. Namun, tingkat suku bunga yang fluktuatif menjadikan masalah tersendiri bagi bank konvensional. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Astuti, 2013) menunjukkan bahwa tingkat suku bunga, promosi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. 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 (Tajul Khalwaty, 2000 : 144)

Keamanan bertransaksi juga merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku menabung nasabah yang mana seiring dengan perkembangan dunia teknologi yang semakin pesat baik teknologi informasi maupun komunikasi memberikan banyak manfaat dan kemudahan bagi masyarakat. Salah satu teknologi yang digunakan dalam berbagai bidang yang mencakup bidang pendidikan, pemerintahan maupun perbankan adalah internet. Yang mana manfaat internet tidak hanya bisa dirasakan oleh masyarakat perkotaan saja tetapi juga masyarakat pedesaan. Kemajuan teknologi ini disertai dengan strategi produk yang dikembangkan oleh perusahaan atau organisasi supaya produk tersebut mempunyai keunggulan sehingga dapat menarik perilaku penggunaannya. Hal ini seperti telah lama disadari oleh BRI sehingga mereka menciptakan kekhasan tersendiri untuk menarik nasabah yaitu dengan memberikan pelayanan sampai ke desa-desa dengan menjadi satu-satunya bank yang ada di desa-desa dengan produk yang bersifat massal dan standar, contohnya produk simpedes dan kupedes. Begitupun penelitian sebelumnya didukung dengan landasan teori dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setyawan dan Japarianto 2014) yang juga



menyatakan bahwa frekuensi keamanan bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung nasabah.

Faktor terakhir yang mempengaruhi perilaku menabung nasabah yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap bank sedangkan kurangnya perhatian/pelayanan bank terhadap nasabah akan berdampak pada ketidakpuasan nasabah pada bank yang juga dapat berakibat pada keputusan nasabah untuk pindah ke bank lain. Oleh karena itu untuk kemajuan bank maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. "Nasabah dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan (Basu Swastha, 2001:158)".

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini menganalisis persepsi perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah pada PT. BRI Unit Sirenja Cabang Palu, Tbk dengan mempertimbangkan faktor tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi dan kualitas pelayanan. Lebih lanjut ini penelitian ini memastikan apakah faktor-faktor tersebut menjadi pendorong utama dalam menentukan perilaku menabung nasabah di PT. BRI Unit Sirenja Cabang Palu, Tbk.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran general mengenai persepsi perilaku menabung nasabah Bank BRI Unit Sirenja Palu. Penelitian berlokasi di PT. BRI Unit Sirenja Cabang Palu, yang beralamat di Jalan Trans Sulawesi Desa Tompe kecamatan Sirenja, dari Januari-Maret 2019. Populasi penelitian adalah nasabah yang menabung di PT. BRI Unit Sirenja Cabang Palu sampai dengan Tahun 2019 berjumlah 7.155 orang. Teknik penarikan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel, karena jumlah populasi yang diketahui 7.155 responden. Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas terdapat 99 responden yang akan mengisi kuesioner pada penelitian ini. Dari hasil penyebaran 99 buah kuesioner terdapat 16 buah kuesioner yang gugur hal ini dikarenakan 16 orang responden tersebut tidak memenuhi syarat yaitu minimal sudah 1 tahun lamanya menabung di BRI Unit Sirenja Cabang Palu.



HASIL

Tahapan pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan pengujian validitas dari instrumen penelitian. Dengan membandingkan *r*-hitung yang merupakan nilai dari *corrected item-total correlation* .> dengan *r*-tabel. Dengan menggunakan aplikasi SPSS diperoleh hasil:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Suku Bunga (X1)

No	Variabel X1	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Tafsiran interpretasi nasabah mengenai tingkat suku bunga simpanan	1.1	0,315	0.30	Valid
		1.2	0,432	0.30	Valid
2	Tafsiran/interpretasi nasabah mengenai fungsi dan jenis suku bunga simpanan	1.3	0,399	0.30	Valid
3	Penetapan suku bunga yang diberlakukan bank	1.4	0,414	0.30	Valid
		1.5	0,263	0.30	Tidak Valid
		1.6	0,559	0.30	Valid

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Tabel 1 menunjukkan dari 6 instrument hanya ada 1 instrument yang dinyatakan tidak valid untuk digunakan sebagai instrument atau pernyataan untuk mengukur variabel yang diteliti. Berikutnya adalah variabel keamanan bertransaksi, yaitu:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan Bertransaksi (X2)

No	Variabel X2	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Jaminan keamanan dalam melakukan transaksi	2.1	0,728	0.30	Valid
		2.2	0,735	0.30	Valid
		2.3	0,758	0.30	Valid
2	Kerahasiaan data & informasi nasabah	2.4	0,750	0.30	Valid

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Tabel 2 membuktikan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument untuk mengukur variabel yang diteliti, karena lebih besar dari nilai *r*-tabel yang ditentukan. Variabel berikutnya adalah kualitas pelayanan sebagai berikut:



Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

No	Variabel X3	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Daya tanggap (Responsiveness)	3.1	0,420	0.30	Valid
		3.2	0,351	0.30	Valid
		3.3	0,593	0.30	Valid
2	Perhatian (Emphaty)	3.4	0,627	0.30	Valid
		3.5	0,560	0.30	Valid
3	Jaminan (Assurance)	3.6	0,651	0.30	Valid
		3.7	0,723	0.30	Valid
		3.8	0,566	0.30	Valid
		3.9	0,471	0.30	Valid
		3.10	0,380	0.30	Valid

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Tabel 3. menunjukkan nilai yang valid karena seluruh r-hitung lebih besar dari r-tabel. Variabel terakhir adalah perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah yang diukur dengan item di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Menabung Nasabah (Y)

No	Variabel Y	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Perilaku transaksional	4.1	0,585	0.30	Valid
		4.2	0,636	0.30	Valid
2	Perilaku Referensial	4.3	0,587	0.30	Valid
3	Perilaku Eksploratif	4.4	0,669	0.30	Valid
		4.5	0,571	0.30	Valid

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Analisis selanjutnya dilakukan dari hasil pengujian reliabilitas. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal jika jawaban pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas menggunakan ukuran Cronbach's alpha > 0,70 (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, 2014; Oviedo Celina & Campo-Arias, 2005; Panayides, 2013). Adapun hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:



Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Butir Pernyataan	Alpha (α)	Keterangan
Tingkat Suku Bunga	6	0,662	Reliable
Keamanan Bertransaksi	4	0,877	Reliable
Kualitas Pelayanan	10	0,836	Reliable
Perilaku Menabung (<i>Saving Behavior</i>) Nasabah	5	0,808	Reliable

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Sesuai dengan hasil pengujian reliabilitas dapat ditarik kesimpulan bahwa hanya ada satu variabel yang dikatakan tidak reliable karena memiliki alpha (α) kurang dari 0.7 yaitu variabel tingkat suku bunga. Sedangkan variabel lainnya yaitu keamanan bertransaksi, kualitas pelayanan dan perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah memiliki nilai alpha di atas 0.7. Hal ini mengindikasikan bahwa ada beberapa responden yang menjawab tidak secara konsisten. Tahapan berikutnya adalah memastikan seluruh data memenuhi uji asumsi klasik dilakukan dengan maksud untuk mengevaluasi model regresi berganda yang digunakan sehingga dapat menghasilkan nilai yang ideal. Tahapan pertama adalah dengan uji normalitas, dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan distribusi data normal atau tidak. Berikut ini merupakan hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,50300653
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,061
	Negative	-,085
Kolmogorov-Smirnov Z		,770
Asymp. Sig. (2-tailed)		,593

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Pengujian yang dilakukan, menunjukkan bahwa data variabel tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi, kualitas pelayanan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah menunjukkan data yang berdistribusi normal. Dimana hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,593 sehingga menunjukkan



bahwa data yang digunakan berdistribusi secara normal pada penelitian ini. Tahapan berikutnya dengan uji multikolinieritas. Multikolinieritas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013: 103-104). Kriterianya adalah apabila nilai VIF lebih rendah dari 0.2 dan lebih besar dari 10. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Tingkat Suku Bunga	0,497	2,013
Keamanan Bertransaksi	0,699	1,431
Kualitas Pelayanan	0,610	1,639

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Karena nilai tolerance dari ketiga variabel $> 0,10$ dan VIF dari keempat variabel lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi korelasi (multikolinieritas) antar variabel independen dalam model regresi ini sehingga bisa dilanjutkan pada tahapan berikutnya yaitu uji heteroskedastisitas. Hasil pengujian heterokedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut (AbsUt). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji Heterokedastistas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,428	1,964		,218	,828
X1	,109	,127	,106	,857	,394
X2	,242	,109	,232	2,230	,029
X3	,154	,067	,257	2,312	,023

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)



Nilai probabilitas signifikansi diatas 0,05 maka diindikasikan bahwa hasil pengujian ini menunjukkan adanya kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Namun ada beberapa variabel yang probabilitas signifikansinya < 0,05 sehingga dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Setelah memenuhi aspek asumsi klasik di atas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi berganda.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	R ²	F-value	t-value	p-value	Hipotesis
Tingkat Suku Bunga	0,641	13,629	0,857	0,044	Diterima
Keamanan Bertransaksi			2,230	0,048	Diterima
Kualitas Pelayanan			2,312	0,030	Diterima

Berasarkan tabel diatas nilai *R square* adalah sebesar 0,641 atau sebesar 64,1% yang berarti variabel perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah dapat dijelaskan dari ketiga variabel yaitu tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya (100% - 64.1% = 35.9%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. Untuk uji F diperoleh nilai f-hitung sebesar 13,629 kita dapat melihat bahwa nilai F hitung > nilai F tabel (13,629>2,49) dengan taraf ketidak percayaan 5% (0,000 < 0,05). Oleh sebab itu, berdasarkan cara pengambilan keputusan uji simultan dalam analisis regresi dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat suku bunga (X1), keamanan bertransaksi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) jika diuji secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah.

Hasil *output* SPSS di atas menunjukkan nilai t hitung variabel X₁ lebih besar dari pada nilai t tabel (0,857 < 1,990) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,394. Nilai ini memberi makna bahwa tingkat suku bunga tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah. Pengujian parsial kedua t hitung variabel X₂ lebih besar dari pada nilai t tabel (2,230 > 1,990) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,029. Nilai ini memberi makna bahwa terdapat pengaruh signifikan antara keamanan bertransaksi terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah. Pengujian parsial ketiga yaitu t hitung variabel X₃ lebih besar dari pada nilai t tabel (2,312 > 1,990) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,023. Nilai ini memberikan makna bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah.



DISKUSI

Berdasarkan hasil analisis variabel tingkat suku bunga (X_1), keamanan bertransaksi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah (Y). Hasil ini mengisyaratkan tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang berperan penting yang menentukan baik tidaknya perilaku menabung nasabah (*saving behavior*). Semakin tinggi tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi dan kualitas pelayanan, maka akan mendorong semakin baiknya perilaku menabung nasabah (*saving behavior*). Sebaliknya jika tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi dan kualitas pelayanan rendah, maka perilaku menabung nasabah (*saving behavior*) juga akan mengalami penurunan (buruk). Penelitian ini didukung dengan landasan teori dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Astuti, 2013) dan (Setyawan dan Japariato, 2014) yang menyatakan bahwa tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku menabung nasabah. Menurutnya ada beberapa faktor yang membuat seorang nasabah menabung yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari faktor pribadi dan faktor psikologi salah satu contoh keamanan bertransaksi sedangkan faktor eksternal terdiri dari faktor sosial dalam hal ini salah satu contoh kualitas pelayanan.

Kemudian tingkat suku bunga (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah (Y). Hal ini terlihat dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa variabel tingkat suku bunga terhadap *saving behavior* tidak dapat diterima atau ditolak. Hal ini menunjukkan tingkat suku bunga tidak begitu penting di mata masyarakat dikarenakan fenomena yang terjadi di pedesaan yang mana bank merupakan kebutuhan bagi masyarakat namun keberadaannya masih sangat sedikit sehingga mengharuskan nasabah menggunakan bank yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhannya. Ini menjadi penyebab munculnya sikap ketidakpedulian nasabah terhadap besarnya suku bunga yang ditawarkan saat ini. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu oleh (Taufiq dan Kefi 2013) yang mengatakan suku bunga tabungan tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung masyarakat. Hal ini dikarenakan tidak semua nasabah paham tentang besarnya tingkat suku bunga yang ditetapkan bank, namun kecenderungan nasabah lebih memperhatikan keamanan bertransaksi di Bank. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astuti, 2013) menunjukkan bahwa tingkat suku bunga, promosi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah.

Keamanan bertransaksi (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah (Y) sebesar 6,25%. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel keamanan bertransaksi cukup baik yang tergambarkan pada indikator keamanan bertransaksi nasabah dijamin oleh BRI unit Sirenja dikarenakan sikap profesional, kesopanan yang dimiliki karyawan, jaminan keamanan, ketenangan yang



diberikan karyawan, serta pengetahuan, keterampilan karyawan dalam menangani nasabah, juga sifat karyawan yang dapat dipercaya memberikan jaminan untuk keamanan simpanan nasabah, kualitas serta merek BRI. Yang berarti jika persepsi nasabah tentang keamanan bertransaksi (X_2) semakin tinggi maka akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah. Hasil penelitian ini didukung dengan landasan teori dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setyawan dan Japarianto 2014) yang juga menyatakan bahwa frekuensi keamanan bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung nasabah. Hal ini dikarenakan oleh keinginan nasabah untuk melindungi asetnya, sehingga nasabah memilih bank sebagai tempat menyimpannya dikarenakan keamanan simpanan pada bank sudah diatur oleh pemerintah dalam program penjaminan simpanan. Sehingga semakin tinggi jaminan keamanan bertransaksi yang ditawarkan oleh suatu bank maka perilaku nasabah untuk menabung juga akan semakin meningkat.

Kualitas pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan yang dinilai nasabah cukup baik yang tergambarkan pada indikator fasilitas yang dimiliki BRI unit sirenja sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini berkaitan dengan bukti fisik yaitu tersedianya area parkir yang memadai, fasilitas yang dimiliki BRI lengkap, kenyamanan fasilitas ruang antrian BRI (tempat duduk, meja, dan AC), serta perlengkapan yang memadai untuk menunjang transaksi perbankan. Ini berarti fasilitas yang dimiliki BRI unit sirenja sudah cukup lengkap. Yang berarti jika persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan (X_3) semakin tinggi maka akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung nasabah (*saving behavior*). Hasil penelitian ini didukung dengan landasan teori dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Astuti 2013) dalam penelitiannya mengatakan kualitas pelayanan merupakan jasa pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan bank untuk ikut berperan dalam memajukan usaha bank. Kualitas pelayanan yang baik akan meminimumkan keluhan nasabah terhadap bank. Kualitas pelayanan yang baik dari bank merupakan respon yang dilakukan bank terhadap keinginan maupun kebutuhan nasabah. Dengan merespon keinginan nasabah maka nasabah akan merasa lebih dihargai oleh bank sehingga perilaku nasabah untuk menabung di bank tersebut semakin besar. Hal ini dikarenakan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah yang pada akhirnya akan berdampak pada terjadinya loyalitas nasabah terhadap bank sehingga dapat meningkatkan perilaku menabung nasabah di bank.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “pengaruh tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi dan kualitas pelayanan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah BRI Unit Sirenja” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat suku bunga, keamanan bertransaksi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah BRI Unit Sirenja.
- 2) Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa apabila di uji secara parsial, tingkat suku bunga tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah BRI Unit Sirenja.
- 3) Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa apabila di uji secara parsial, keamanan bertransaksi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah BRI Unit Sirenja.
Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa apabila di uji secara parsial, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) nasabah BRI Unit Sirenja.

REFERENSI

- Ahluwalia, M. (2002). *Economic Reforms in India Since 1991: Has Gradualism Worked?*. Journal of Economic Perspektive, 16(3): 67-88.
- Astuti. (2013). *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Perilaku Menabung Nasabah (Studi kasus pada BRI cabang sleman)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- A.Usmara. (2003). *Strategi Baru: Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.
- Bari'ah, dkk., “Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank Dengan Perilaku Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Ungaran”. Jurnal Universitas Diponegoro Semarang, hal. 1-18.
- Bourgeois, R. (2005). *Analytical Hierchy Process: an Overview*, UNCAPSA-UNESCAP. Bogor.
- Buchari Alma. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Darsono, dkk. (2012). “Analisis Perilaku Nasabah PT. Bank Aceh (Survei Pada Kantor Pusat Operasional Banda Aceh)”. Jurnal Universitas Syiah Kuala Banda Aceh, Agustus, hal. 1-18, vol.1.
- Edy Suryadi., Doni Hutomo. (2010). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kartu Prabayar IM3 di Kota Pontianak, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* Vol 3 No. 1.
- Fandy Tjiptono. (2005). *Manajemen Jasa, Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Flavian dan Giunaliu. (2007). *Measure On Web Usability Website*. Journal of Computer Information System 48 (No.1), hal. 17-23.



- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita. (2011). *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Herman Darmawi. (2006). *Pasar Finansial dan Lembaga-Lembaga Finansial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hofman, B., Kai, K. and Gunther, G.S., (2003). *Corruption, Investment Growth, and Decentralization*. International conference on 'Decentralization and its Impact on Local Government and Society'. 15-17.
- Husein Umar. (2008). *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyo Gitosudarmo. (2000). *Manajemen Pemasaran edisi pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Iqbal Hasan. (2008). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Juwanita. (2015). *Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Lemabaga Penjamin Simpanan (LPS) Dan Tingkat Suku Bunga Simpanan terhadap Perilaku Menabung Nasabah pada Bank dengan Citra Perbankan sebagai variabel Moderasi*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kasmir. (2012). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- KPPOD, (2004). *Daya Tarik Investasi Kabupate / Kota di Indonesia*, Jakarta : KPPOD
- Listyorini, dkk. "Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung pada Kjks Bmt Binna Ummat Sejahtera Kecamatan Lasem". *Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*, hal. 1-9.
- Maisya. "Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi". *Jurnal Universitas Negeri Padang*, hal. 1-12.
- M. Taufiq dan Batista Sufa Kefi. (2013). "Pengaruh dana Pihak ketiga terhadap Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat di Indonesia". *Jurnal Stie Dharma Putra Semarang*, Oktober 2013, hal. 1- 15, vol.20.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Purba. (2015). *Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Pelayanan, dan Prosedur Kredit terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada PT. Bank Sulteng Cabang Utama Palu, Tbk*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Panca Bhakti Palu.
- Rachmat Firdaus dan Maya Ariyanti. (2011). *Pengantar Teori Moneter serta Aplikasinya Pada Sistem Ekonomi Konvensional dan Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Raman, Arasu., & Viswanathan, A. (2011). *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*. *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*. Hal 54-60.
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.



- Ray, D., (2003). *Inventory of Trade Distorting Local Regulations*. Unpublished Paper. Partnership for Economic Growth. Jakarta. December.
- Robi, Ningsih. (2006). *Strategi Memasarkan Kota Bekasi Berdasarkan Daya Tarik Investasi*. Tesis. Program Study Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Saaty, Thomas L. (2002). *Hard Mathematics Applied to Soft Decisions* dalam Indonesian Symposium Analytic Hierarchy Process II Teknik Industri Universitas Kristen Petra Surabaya, Tidak Dipublikasikan, Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Saputri. (2015). *Pengaruh Keamanan Kemudahan, Dan Risiko Kinerja terhadap Pembelian secara Online di Tokopedia.com (Studi pada pengguna situs Belanja Online Tokopedia.com)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Schiffman., G. Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. USA: Pearson Education Inc.
- Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Smeru, (2001). *Regional Autonomy and The Business Climate: Three Kabupaten Case Studies from North Sumatran*, Jakarta.
- Sofjan Assauri. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudjana. (2001). *Metode Statistika*. Edisi Revisi, Cet. 6, Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunariyah. (2004). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal Cetakan Keempat*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Susanto. (2006). *"Pengaruh Harga Produk, Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk Hp di Kota Semarang"*. Jurnal hal 1-15.
- Tajul Khalwaty. (2000). *Inflasi dan Solusinya*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tambunan, Tulus. 2006. *Iklim Investasi di Indonesia: Masalah, Tantangan, dan Potensi*. Kadin Indonesia-Jetro.
- Williamson, Mont dan Qudri dalam Brahmantio. 2001. *Desentralisasi Fiskal dan Implikasinya Terhadap Kondusifitas Iklim Usaha Daerah Kota dan Kabupaten di Indonesia: Laporan Penelitian*. Jakarta: Center for Economic and Social Studies (Cess).
- Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto. (2014). *"Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan rasa aman, dan Aksebilitas terhadap Perilaku menabung nasabah Bank Danamon di Surabaya"*. Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya hal.1-8, Volume 2.
- Yusup. (2011). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Diponegoro Semarang.



- Zainab. (2011). *Pengaruh Citra Merek, Periklanan, Dan Persepsi Terhadap Perilaku Menabung Nasabah (Studi kasus pada masyarakat ciputat dan pamulang yang menjadi nasabah di Bank Muamalat)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Zulian Yamit. (2002). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertam Cetakan Kedua*. Yogyakarta: Ekonisia.