

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN NASABAH DAN
PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI
BANK BUKOPIN TBK. KCP KLATEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

AZIS SUTOPO

NIM : 1621100061

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN
JULI 2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN NASABAH DAN PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK BUKOPIN TBK. KCP KLATEN

Diajukan Oleh

AZIS SUTOPO

NIM : 1621100061

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Dharma Klaten
pada tanggal.....**30 JUNI 2020**

Pembimbing utama



H. Abdul Hadi, SE, M.Si
NIK. 690 498 200

Pembimbing pendamping



Hj. Anis Marjukah, S.E., M.M.
NIK. 690 994 143

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen



H. Abdul Haris, SE, MM, M.Pd.
NIK. 690 098 194

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN NASABAH DAN
PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI
BANK BUKOPIN TBK. KCP KLATEN**

Diajukan Oleh

AZIS SUTOPO

NIM : 1621100061

Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Pada tanggal...**03 JULI 2020**...

Ketua

Dr. Sutrisno Badri, M.Sc.
NIK 690 208 290

Sekretaris

H. Abdul Haris, SE, MM, M.Pd
NIK 690 098 194

Penguji Utama

H Abdul Hadi, SE, M.Si
NIK 690 498 200

Penguji Pendamping

Hj. Anis Marjukah, S.E., M.M
NIK. 690 994 143

Disahkan oleh :
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Sutrisno Badri, M.Sc.
NIK 690 208 290

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **AZIS SUTOPO**

NIM : 1621100061

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah dan Pengetahuan Nasabah terhadap Minat Menabung di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten

adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan Ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, Juni 2020
Yang membuat pernyataan,



Azis Sutopo

MOTTO

“Sabar dan kerja keras adalah kunci keberhasilan”

“Kegagalan adalah awal menuju kehidupan yang lebih baik”

PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur kepada-Nya, Skripsi ini
kupersembahkan untuk:

1. Orang tua yang selalu memberikan doa restunya
2. Istriku yang selalu memotivasiku
3. Rekan-rekan seperjuangan
4. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat petunjuk dan rahmat-Nya Penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah dan Pengetahuan Nasabah terhadap Minat Menabung di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten”**.

Adapun maksud disusunnya skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang ada pada diri Penulis, baik secara teoritis maupun praktis. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, Penulis harapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Dengan tersusunnya skripsi ini, tidak lupa Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Triyono, M. Pd., selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten
2. Bapak Dr. Sutrisno Badri, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak H. Abdul Haris, SE, MM, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
4. Bapak H. Abdul Hadi, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Hj. Anis Marjukah, SE., M.M., Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan petunjuk hingga terselesainya penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dorongan materiil maupun spirituil dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua Amin.

Klaten, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Alasan Pemilihan Judul	7
D. Penegasan Judul	7
E. Pembatasan Masalah	8
F. Perumusan Masalah	9
G. Tujuan Penelitian	9
H. Manfaat Penelitian	10
I. Kerangka Berpikir.....	11

J. Sistematika Penulisan	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Pemasaran	13
B. Pelayanan	21
C. Kepercayaan	28
D. Pengetahuan	31
E. Minat Nasabah	34
F. Penelitian Terdahulu	37
G. Hipotesis	40
BAB III. METODE PENELITIAN	41
A. Metode Penelitian	41
B. Sejarah Singkat PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten	51
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Deskriptif Data Responden	54
B. Deskripsi Variabel Penelitian	58
C. Uji Instrumen Penelitian	65
D. Analisis Data.....	68
BAB V. PENUTUP	76
A. Simpulan	76
B. Saran-saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan usia 55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin..... 56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan 56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan per bulan 57
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan tujuan membuka 58 Rekening
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden mengenai Aspek Kualitas 60 Pelayanan
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden mengenai Aspek Kepercayaan .. 61 Nasabah
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden mengenai Aspek Pengetahuan .. 62 Nasabah
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Responden mengenai Aspek Minat 63 Menabung
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas..... 66
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas 67
Tabel 4.12	Hasil Regresi Linier Berganda 68
Tabel 4.13	Hasil Uji t 71
Tabel 4.14	Hasil output korelasi 73
Tabel 4.15	Hasil Uji F 77
Tabel 4.16	Koefisien Determinasi 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Kerangka Pemikiran

Gambar 2 Bagan Struktur Organisasi

ABSTRAK

AZIS SUTOPO, NIM. 1621100061, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Widya Dharma Klaten. Skripsi. **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah dan Pengetahuan Nasabah terhadap Minat Menabung di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten”**

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh layanan terhadap minat nasabah menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten, 2) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah terhadap minat nasabah menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten, 3) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat nasabah menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten, 4) untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah terhadap minat menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten

Teknik pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner dan observasi. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 50 karyawan. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas : kualitas layanan (X_1) kepercayaan nasabah (X_2), dan (X_3) pengetahuan nasabah, serta variabel terikat (Y) : minat menabung. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Dari hasil uji t diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara sendiri-sendiri antara kualitas layanan terhadap minat menabung di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten karena t hitung kualitas layanan = 0,215, kepercayaan nasabah = 1,429 dan pengetahuan nasabah = 0,488. Ketiga hasil tersebut berada di atas taraf signifikansi 5 % (0,05) dan lebih besar dari t tabel 2,021. Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi : 1) ada pengaruh yang signifikan kualitas layanan kerja terhadap minat menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten 2) ada pengaruh yang signifikan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten, 3) ada pengaruh yang signifikan pengetahuan nasabah terhadap terhadap minat menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten, semua terbukti.

Kata kunci: *kualitas layanan, kepercayaan nasabah, pengetahuan nasabah, minat menabung*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen dan para penjual berpikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini diakibatkan oleh berbagai sebab seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi mesin dan alat-alat berat, terlebih lagi teknologi telekomunikasi. Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi seperti televisi, radio, koran atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dan masyarakat sudah semakin sulit untuk dibohongi. Dampak lain bagi produsen adalah ketatnya persaingan antar produsen untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Produsen berusaha dengan sekuat tenaga untuk merebut konsumen pesaingnya. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.

Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya, pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Dalam hal ini produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu, seorang pemasar harus mampu mengomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing.

Pemasaran jasa telah meningkat dalam kepentingannya seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di bidang jasa. Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah gaya hidup masyarakat yang menjadi lebih dinamis dan bergerak serba cepat serta lebih menghargai waktu. Produk-produk perbankan memiliki ciri-ciri jasa pada umumnya, yang tidak berwujud (*intangible*). Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran sehingga produk yang ditawarkan kepada nasabah menjadi lebih cepat dan efisien.

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan memberikan kepercayaan dan pengetahuan tentang ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka bank perlu:

1. Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.
2. Memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
3. Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya.
4. Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.
5. Memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan.

6. Memberikan kepercayaan yang lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
7. Meyakinkan kepada calon nasabah bahwa produk ditawarkan akan memberikan keuntungan dan keamanan.
8. Berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah bank.
9. Berusaha untuk mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas nasabah.
10. Berusaha terus menerus meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan/nasabah.

Demikian juga dengan sebagian besar produk dan proses pelayanan perbankan dialami dan dikonsumsi ketika pelayanan berlangsung. Produk-produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah. Dalam hal ini, keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank. Sehingga perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul.

Data dari MARS (Perusahaan Riset Marketing Indonesia) menyatakan bahwa pertarungan pertarungan antar perbankan konvensional yaitu berfokus pada keuntungan

fungsional karena tipe nasabah dari bank konvensional merupakan tipe nasabah yang sangat rasional yang mengutamakan keuntungan seperti memberikan pengertian, keamanan, kualitas layanan, dan bagi hasil. Berbeda dengan perbankan syariah, hasil penelitian yang dilakukan oleh MARS (Perusahaan Riset Marketing Indonesia) menyatakan bahwa faktor utama nasabah memilih bank syariah karena faktor emosional yang dapat dilihat dari alasan nasabah terbanyak yaitu karena kesesuaian dengan syariat islam dan keinginan nasabah agar terhindar dari riba. Tapi tidak banyak juga nasabah yang memilih bank syariah karena faktor fungsional dan faktor emosional, bahkan bisa saja kalau dihadapkan karena 2 faktor tersebut, nasabah lebih memilih faktor fungsional. Tidak berbeda dengan bank-bank lain, PT. Bank Bukopin (Tbk) KCP Klaten melakukan persaingan merebut nasabah, pihak bank cenderung memengaruhi para nasabah dengan tekanan dari faktor-faktor internal berupa sikap inovasi-inovasi dan keunggulan dalam bersaing melalui perbaikan produk dan perbaikan sumber daya manusia sedangkan faktor eksternal yaitu ekonomi, politik, dan pertimbangan keuntungan apa saja yang akan diperoleh masyarakat. Menjaga dan mempertahankan minat nasabah bukan pekerjaan yang mudah. Kunci agar nasabah memiliki minat menabung di sebuah bank adalah mempertahankan layanan dan respon serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Pelayanan tidak baik yang diberikan oleh bank dengan sendirinya menjadi penyebab berkurangnya minat nasabah. Dengan menciptakan dan meningkatkan persaingan dalam memasarkan produk dan jasa perbankan. Pelayanan, memberikan kepercayaan dan memberikan pengetahuan tentang perbankan merupakan

masalah yang langsung berhubungan dengan nasabah, maka perlu evaluasi terhadap pelayanan dan kepercayaan yang selama ini telah diberikan oleh bank. Pelayanan merupakan hal terpenting bagi tiap-tiap unsur bisnis atau pun usaha untuk mencapai tujuan utama yaitu kepuasan dan kenyamanan konsumen. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

Pelayanan diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain.

Pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat takteraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjual produk atau jasa lain. Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu (Stanton, 2001: 220). Oleh karena itu, pelayanan menjadi salah satu penentu dan perhatian utama dari perusahaan. Perusahaan harus memahami kondisi nasabah dalam memandang mutu dan tingkat mutu yang mereka harapkan. Dengan demikian bank mampu menilai bagaimana pelayanan memiliki peranan penting untuk menambah dan mempertahankan eksistensi bank nya.

Selain pelayanan, kepercayaan juga memiliki peranan penting terhadap sumbangsih bertambahnya nasabah di suatu bank. Morgan,1994 dalam Mulyo Budi 2007 Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai. Menurut Rousseau (1998), kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk membahas tentang bagaimana pengaruh dari layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah, terhadap minat menabung dalam menentukan pilihannya dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah dan Pengetahuan Nasabah terhadap Minat Menabung di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten”**

B. Identifikasi Masalah

- a. Menganalisis pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Bukopin Tbk ACP Klaten untuk mempengaruhi minat konsumen menabung.

- b. Hal-hal yang PT. Bank Bukopin Tbk ACP Klaten dalam memberikan kepercayaan dan pengetahuan kepada nasabah.
- c. Tingkat suku bunga yang diterapkan PT. Bank Bukopin Tbk ACP Klaten dalam mempengaruhi minat konsumen menabung.

C. Alasan Pemilihan Judul

Adapun alasan yang mendasari penelitian judul yang penulis ambil adalah :

1. Alasan subjektif
 - a. Lokasi penelitian mudah dijangkau dan di tempat peneliti bekerja.
 - b. Menghemat tenaga, waktu dan biaya.
2. Alasan Objektif
 - a. Menambah pengetahuan dasar penulis tentang Pengaruh layanan, kepercayaan nasabah, pengetahuan nasabah terhadap minat menabung di PT. Bank Bukopin Tbk ACP Klaten.
 - b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah Terhadap Minat nasabah menabung PT. Bank Bukopin Tbk ACP Klaten.

D. Penegasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami /menafsirkan perlu dikemukakan penegasan istilah sebagai berikut :

1. Pengertian layanan

Menurut Hessel Nogi S, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara.

2. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan ketersediaan seseorang untuk bertindak laku karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan yang ia harapkan dan sesuatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau perkataan orang lain dapat dipercaya. Kepercayaan merupakan kunci perusahaan keuangan untuk mempertahankan nasabahnya (Santika, 2016)

3. Pengertian tentang Pengetahuan

Pengetahuan, dalam bahasa Inggris disebut *knowledge* yang secara umum dapat diartikan sebagai suatu pemahaman (*understanding*) atau sesuatu hal yang diketahui dan dipahami oleh seseorang (Setyosari, 2013: 2). Sedangkan menurut Sopiah (2013: 43) pengetahuan adalah informasi yang disimpan di dalam ingatan.

E. Pembatasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini perlu dilakukan untuk memfokuskan penelitian, mencegah terlalu luasnya pembahasan dan mencegah

terjadinya salah interpretasi atau kesimpulan yang dihasilkan. Batasan penelitian ini hanya pada anggota yang menyimpan dananya pada produk tabungan di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten yang diteliti dengan menggunakan variabel pengaruh layanan pengetahuan nasabah dan kepercayaan terhadap minat nasabah menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten.

F. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

- a. Apakah layanan di bank Bukopin (Tbk) KCP Klaten berpengaruh terhadap minat nasabah menabung?
- b. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di bank Bukopin (Tbk) KCP Klaten ?
- c. Apakah pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap minat knasabah menabung di bank Bukopin (Tbk) KCP Klaten?
- d. Apakah layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di bank Bukopin (Tbk) KCP Klaten?

G. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti.

Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh layanan terhadap minat nasabah menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah terhadap minat nasabah menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat nasabah menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah terhadap minat nasabah menabung di PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten.

H. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam menganalisis pengaruh faktor pelayanan, kepercayaan dan pengetahuan nasabah terhadap minat menabung di PT. Bukopin

(Tbk) KCP Klaten, sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

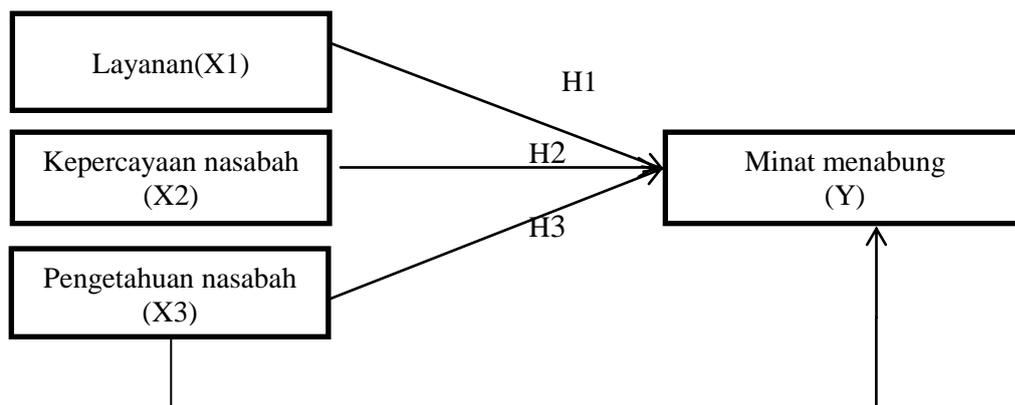
Secara teoritis tujuan penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu untuk meningkatkan pengetahuan dan menambah pemahaman tentang pengaruh layanan, kepercayaan nasabah, dan pengetahuan nasabah terhadap minat nasabah menabung PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten. Dan bagi perkembangan ilmu ekonomi pada khususnya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan informasi maupun perbandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan yang lebih baik dan jelas untuk bahan masukan dalam memilih jasa lembaga keuangan.
- b. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah terhadap minat menabung dan yang serupa.

I. Kerangka Berpikir

Seperti pada umumnya suatu organisasi, kinerja anggota organisasi merupakan hal yang utama yang akan berpengaruh terhadap keberhasilan organisasi tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja anggota organisasi yang dalam hal ini adalah karyawan PT. Bukopin (Tbk) KCP Klaten adalah layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan. Berikut gambarannya.



Gambar 2. Bagan Kerangka Pemikiran

J. Sistematika Penulisan

Untuk membantu memahami isi dan uraian dari aktivitas penelitian sesuai dengan judul yang penulis maksud, perlu kiranya penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I. Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

BAB II. Tinjauan Pustaka berisi tentang landasan teori, pengertian pemasaran, layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah, minat menabung serta penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III. Metode Penelitian berisi tentang metode penelitian, dan gambaran umum tentang objek penelitian.

BAB IV. Hasil dan Pembahasan, bab ini merupakan hasil analisis yang dicari penyelesaiannya

BAB V. Simpulan dan Saran, berisi tentang simpulan dan saran diajukan dalam hasil akhir penelitian

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah terhadap minat menabung. Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 14,983 + 0,036 X_1 + 0,218 X_2 + 0,078 X_3$. Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan sebagai berikut:
 - a. Konstanta 14,983 menunjukkan bila tanpa ada kualitas layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah, masih ada minat menabung sebesar 14,983 satuan minat
 - b. Nilai 0,036 pada variabel kualitas layanan (X_1) menunjukkan bila kualitas layanan dinaikkan satu satuan maka minat menabung akan naik 0,036 satuan minat
 - c. Nilai 0,218 pada variabel kepercayaan nasabah (X_2) menunjukkan bila kepercayaan nasabah dinaikkan satu satuan maka minat menabung akan naik 0,218 satuan.

- d. Nilai 0,078 pada variabel pengetahuan nasabah (X_3) menunjukkan bila pengetahuan nasabah dinaikkan satu satuan maka minat konsumen akan naik 0,078 satuan.

Ketiga Variabel bernilai positif yaitu kualitas layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah yang berarti bahwa ketiga variabel berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten.

2. Dari hasil uji t dengan SPSS diperoleh nilai t hitung untuk $X_1 = 0,215$, $X_2 = 1,429$ dan $X_3 = 0,488$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut berada di bawah taraf 5%. Untuk X_1 , t hitung sebesar $0,215 < t$ tabel sebesar 2,000 sehingga hipotesis tidak dapat diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung. Untuk X_2 , t hitung sebesar $-1,429 < t$ tabel sebesar 2,000 sehingga hipotesis tidak dapat diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh kepercayaan nasabah terhadap minat menabung. Untuk X_3 , t hitung sebesar $0,488 < t$ tabel sebesar 2,000 sehingga hipotesis tidak dapat diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat menabung.
3. Dari perhitungan uji F didapatkan F_{hitung} sebesar 0,737 dengan taraf signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa signifikan F_{hitung} lebih

kecil dari signifikan 0,05, maka dinyatakan variabel kualitas layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung.

4. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa koefisien determinasi (adjusted R^2) yang diperoleh sebesar -0,022. Hal ini berarti 2,20% minat menabung dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah. Sedangkan sisanya yaitu 97,80% minat menabung produk di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Dari hasil penelitian penulis ingin menyarankan kepada pihak manajemen agar di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten dapat meningkatkan kualitas layanan terhadap konsumennya. Adapun saran-saran yang ingin disampaikan yang berkaitan dengan ketiga faktor yang mempengaruhi minat menabung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten. Disarankan agar Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah semakin tertarik menabung di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten.

2. Variabel kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Disarankan Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten tetap meningkatkan kepercayaan kepada nasabah tentang produk-produk tabungan dan yang lain di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten.
3. Variabel pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Disarankan Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten meningkatkan dan memberikan pengetahuan tentang produk-produk tabungan dan yang lain yang ada di Bank Bukopin Tbk. KCP Klaten, ketika nasabah memiliki pengetahuan lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu *merecall informasi* dengan baik
4. Sebaiknya peneliti yang akan datang disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya selain variabel Kualitas layanan, kepercayaan nasabah dan pengetahuan nasabah yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen minat menabung agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lainnya misalnya suku bunga, reputasi dan produk tabungan yang mungkin bisa mempengaruhi minat menabung nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Herry Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya, 2006.
- Arikunto, Suharsimi. 2011. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Kesembilan Jakarta: Rineka Cipta
- Fahrudin, dan Yulianti, *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya* Skripsi (Surabaya: STIE Perbanas, 2016)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, Semarang :Universitas Diponegoro, 2012.
- Imam Wahjono, Sentot. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta:Graha Ilmu. 2010
- Kotler, Phillip, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Hendra Teguh,
- Lamb, *Pemasaran*, Jakarta: SalembaEmpat, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Machfoedz, Mahmud, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007.
- Maulida, Isnaine, *Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*, Skripsi (Salatiga: Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam, IAIN Salatiga, 2016)
- Nogi, Hessel S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, Jakarta: PT. Grasindo, 2005)
- Roni, Andespa, *Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah*, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* Volume 2, No. 2.

- Rahmi, Rosita, *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Pelayanan, Harga dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lottew Mart Bekasi, Jurnal Ilmiah Widya Ekonomi*, Volume 1, No. 2.
- Sutojo, Siswanto, *Manajemen Pemasaran Untuk Eksekutif Non-Pemasaran*, Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2003.
- Sunarsih, dan Wulandari, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk., Jurnal Ekonomi*, Volume 23, No. 1
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta.
- Tyas Hana, Hastutik, *Pengaruh Pertimbangan, Pengetahuan dan Sikap Pedagang di Pasar Klewer Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Pasar Klewer Surakarta* , Skripsi (Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surakarta, 2014).
- Yuliawan, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Cabang Bandung* , Skripsi (UIN Sunan Gunung Jati Bandung, 2011).