

ABSTRAK

NURHAEDA. 2019. Pengaruh Lokasi dan Brand Image Terhadap Minat Menabung Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Andi Mappatempo dan Pembimbing II Aulia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi dan brand image terhadap minat menabung pada Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil koefisien regresi berganda bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar, karena memiliki nilai p value $0,000 < 0,05$. Hasil koefisien regresi berganda diperoleh bahwa brand image mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar, karena memiliki nilai p value $0,000 < 0,05$ dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan terbukti kebenarannya.

Kata Kunci : Lokasi, Brand Image, Minat Menabung



ABSTRACT

NURHAEDA. 2019. *The Effect of Location and Brand Image on Savings Interest in Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar.* Thesis Management Study Program Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Advisor I Andi Mappatempo and Advisor II Aulia.

This study aims to determine and analyze the effect of location and brand image on saving interest in Bank Rakyat Indonesia Bontoramba Takalar Unit. This type of research used in this research is survey research. Data collection techniques by distributing questionnaires. While the data analysis technique used in this study is multiple linear regression. The results of the multiple regression coefficient that location has a positive and significant influence on customers' interest in saving at the Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar, because it has a value of $0,000 < 0.05$. The results of the multiple regression coefficients obtained that brand image has a positive and significant influence on customers' interest in saving at the Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar, because it has a value of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that the second hypothesis proposed is proven true.

Keywords: Location, Brand Image, Savings Interest

