

SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN DAN KEYAKINAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK RAKYAT INDONESIA
(BRI) UNIT BRI PELATTOANG DI KABUPATEN MAJENE**

**HASMIRA
105 7204 425 13**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

**PENGARUH PELAYANAN DAN KEYAKINAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK RAKYAT INDONESIA (BRI)
UNIT BRI PELATTOANG DI KABUPATEN MAJENE**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Makassar
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**HASMIRA
105720442513**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar Fax (0411) 860 132 Makassar 90221

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul penelitian : Pengaruh dan Keyakinan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit BRI Pelattong di Kabupaten Majene.

Nama Mahasiswa : HASMIRA

No. Stanbuk : 105720442513

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

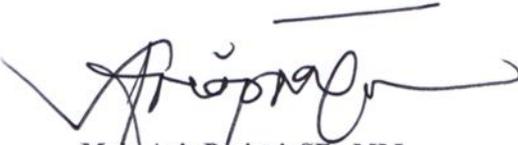
Menyatakan bahwa kripsi ini telah diperiksa dan diajukan di depan tim Penguji skripsi stara satu (S1) pada hari sabtu 03 Februari 2018 , Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

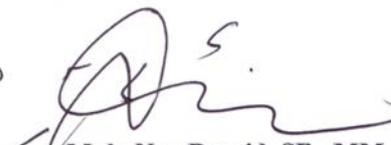
Makassar, Februari 2018

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

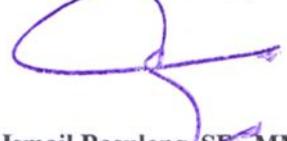

Moh. Aris Pasigai, SE., MM
NBM. 109 3485


Muh. Nur Rasvid, SE., MM
NBM.108 5576

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhamadiyah Makasar

Ketua Jurusan
Universitas Muhammadiyah Makassar


Ismail Rasulong, SE., MM
NBM. 903078


Moh. Aris Pasigai, SE., MM
NBM. 109 3485

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 0001 /2018 Tahun 1439 H/2018 M yang di pertahankan di depan tim penguji pada hari Sabtu, 3 Februari 2018 M/17 Jumadil Awal 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 19 Jumadil Awal 1439 H.
05 Februari 2018 M

Panitia Ujian :

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM
(Rektor Unismuh Makassar)

Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Penguji : 1. Dr. H. Mahmud Nuhung, MA.

2. Muh. Nur R, SE, MM.

3. Faidhul Adziem, SE., M.Si

4. Dr. H. Muhammad Rusydi, M.Si.

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, SE, MM.
NBM : 903 078

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu pasti ada kemudahan.

*Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),
Kerjakanlah dengan sungguh- sungguh (urusan) yang lain
Dan hanya kepada Tuhan- Lah hendaknya kamu berharap*

(QS : AL- INSYIRAH ayat 6-8)

Ketergesaan dalam setiap usaha membawa kegagalan.

Herodotus

*Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan
dilempar orang dengan batu, tetepi dibalas dengan buah.*

(Abu Bakar sibli)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
DAFTAR ISI.....	i
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
BAB. 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumus Msalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat penelitian	8
BAB. II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Pengertian Pelayanan.....	9
B. Pelayanan Dalam pandangan Islam	11
C. Kualitas Pelayanan	12
D. Nasabah	15
E. Persepsi Nasabah Tentang Kualitas pelayanan	17
F. Minat Menabung Nasabah	18
G. Keputusan Menjadi Nasabah	21
H. Promosi	23
I. Presepsi Tentang Promosi	25
J. Kerangka Pikir	26

K. Hipotesis.....	29
BAB. III METODE PENELITIAN.....	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
B. Populasi dan sampel.....	30
C. Tehnik Pengumpulan Data.....	31
D. Jenis dan Sumber Data.....	32
E. Metode Analisis.....	33
F. Uji Hipotesis.....	33
G. Devenisi Operasional.....	34
BAB. IV GAMBARAN PERUSAHAAN	37
A. Sejarah Perusahaan.....	37
B. Visi dan Misi.....	40
C. Struktur Organisasi.....	42
BAB. V PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian.....	50
1. Statistik Deskriptif.....	50
2. Hasil Uji Kualitas Data.....	51
3. Hasil Asumsi Klasik.....	55
B. Pembahasan Penelitian.....	62

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	

ABSTRAK

HASMIRA. 2017. **Pengaruh Pelayanan dan keyakinan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang Di Kabupaten Majene, skripsi program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.**

Pembimbing I. oleh Moh. Aris Pasigai, dan pembimbing II. Muh. Nur Rasyid.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan keyakinan terhadap minat menabung di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang, Kabupaten Majene.

Metode Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu metode dimana data dikumpulkan kemudian dianalisis sehingga menjelaskan sistem pengendalian biaya operasional. Selanjutnya menganalisis dengan menghubungkan antara sistem pengendalian dengan peningkatan laba, kemudian menginterpretasikan hasil analisis untuk mengambil keputusan. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Menggunakan tehnik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi.

Hasil Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner (data primer). Pengambilan sampling menggunakan *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Ditentukan dengan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan adanya maksud atau tujuan tertentu, tujuan dan maksud pada penelitian ini dengan mengambil nasabah Bank BRI Unit Pelattoang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan (signifikansi $< \alpha = 0,05$) terhadap minat menabung nasabah di Bank BRI Unit Pelattoang dengan nilai signifikan jauh dibawah $\alpha = 0,05$ yaitu 0.000. Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil analisa regresi secara keseluruhan menunjukkan R sebesar 0,808 yang berarti bahwa hubungan antara pelayanan pegawai dan keyakinan nasabah dengan keputusan nasabah menabung mempunyai hubungan yang kuat yaitu sebesar 80,8%. Dikatakan kuat, karena angka tersebut di atas 0,5 atau di atas 50%. Sedangkan nilai R Square atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,653. Yang berarti bahwa variabel dependen (keputusan menabung) mampu dijelaskan oleh variabel independent (pelayanan pegawai dan keyakinan nasabah) sebesar 65,3%, dan selebihnya 34,7% (100% - 65,3%) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

kata kunci: Pelayanan, keyakinan, Keputusan Menabung Nasabah

KATA PENGANTAR



Assalumu'alaikum WaRahmatullahi WaBarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Pelayanan Dan keyakinan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank (BRI) Unit Pelattoang Di Kab. Majene “. Tak lupa pula penulis hanturkan salam dan shalawat kepada Nabi junjungan kita, pemberi rahmat bagi alam semesta yaitu Baginda Rasullah Muhammad SAW yang telah membawa kita keluar dari alam gelap gulita menuju kealam yang telah membawa kita keluar dari alam gelap gulita menuju kealam yang terang benderang seperti saat ini. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalm proses penulisan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi didalamnya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimah kasih pertamanya kepada bapak Muh. Aris, SE., MM selaku pembimbing I dan bapak Muh. Nur Rasyid, SE., MM selaku pembimbing II yang dengan senang hati meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu penulisan dalam pemeriksaan isi Skripsi ini, dan kepada berbagai pihak diantaranya :

1. Bapak Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismal Rasulong, SE., MM Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Seluruh dosen dan staf tata usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Untuk ayahanda tercinta Andi. Amar Azhari dan Andi. Nurhaya. Saida tercinta serta kakak dan adikku tersayang yang telah banyak membantu baik secara moril maupun materil serta dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan.
6. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE., MM Selaku pembimbing I dan Bapak Nur Rasyid, SE., MM selaku pembimbing II penulis mengucapkan terima kasih telah meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan mulai dari Proposal hingga tahap Skripsi selesai.
7. Terima kasih buat Bank Rakyat Inedosia (BRI) Unit Pelattoang Di Kab. Majene yang sedia untuk mengizinkan penulis melakuakan penelitian.
8. Untuk teman- teman yang baik hati dan tidak sombong . Sri rahmawati, Irsan, Marlia yang telah membantu dalam penyusunan skripsi penulis. Dan semua rekan- rekan Mahasiswa angkatan 2013 Khususnya manajeme 7-013 Senang bertemu dengan kalian semua.

Serta semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan penulis dalam bentuk apapun.

Semoga Allah SWT membahas budi semua pihak yang ikhlas telah membantu penulis.

Akhir kata, tidak ada gading yang tak retak, tidak ada manusia yang lupuk dari kesalahan. Oleh itu dengan kesadaran penuh penulis mengakui dan menyadari bahwa penulis skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Krenanya segalanya kritikan dan saran yang sifatnya membangun sangatlah penulis harapkan guna kesempurnaan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Makassar, 22 Mei 2017

Penulis

Hasmira

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi suatu negara membutuhkan pola pengaturan sumber-sumber daya yang tersedia secara terarah dan terpadu, sehingga hasil yang optimal bisa didapat dan digunakan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga ekonomi harus melaksanakan pola tersebut secara bersamaan agar tujuan pembangunan ekonomi yang diharapkan dapat tercapai dan sesuai dengan rencana pembangunan nasional. Lembaga keuangan, khususnya perbankan mempunyai peran yang strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara.

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Dengan demikian, bank menjadi wahana yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien kearah peningkatan taraf hidup rakyat (SigitTriandaru dan TotokBudisantoso, 2009:10). bank adalah dana dari pihak ketiga yaitu tabungan. Sumberdana yang berasal dari pihak ketiga merupakan sumber dana yang cukup besar dan berpengaruh terhadap bank.

Pertumbuhan dunia perbankan saat ini sangat pesat. Bank-bank baru banyak bermunculan. Dengan semakin banyaknya bank-bank baru tersebut

mengakibatkan persaingan antar bank menjadi semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut bank untuk dapat mempertahankan maupun menarik nasabah sebanyak mungkin. Berbagai pendekatan dilakukan bank untuk memperebutkan nasabah baik melalui peningkatan sarana-prasarana, produk maupun pelayanan nasabah. Dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang diberikan bank, nasabah sebagai pengambil keputusan mempunyai banyak pilihan sesuai kebutuhan.

Perkembangan yang pesat dalam dunia perbankan saat ini ditandai dengan banyaknya bank-bank syariah yang bermunculan. Banyaknya bank syariah yang ada, menuntut bank konvensional untuk lebih peka terhadap kebutuhan maupun perilaku nasabah sehingga nasabah tidak akan berpindah ke bank syariah maupun bank lain. Perilaku 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, 2013:174). Hal ini yang menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi bank untuk dapat menarik minat menabung nasabah.

Dalam upaya menarik minat nasabah untuk menabung di bank dilakukan berbagai upaya. Salah satunya yaitu penetapan tingkat suku bunga bank. Tingkat suku bunga yang ditetapkan bank akan berdampak terhadap perilaku nasabah bank. Bunga yang diberikan oleh bank kepada nasabah merupakan daya tarik bagi masyarakat untuk melakukan penyimpanan uangnya di bank. Dalam perbankan syariah tidak menerapkan sistem bunga tetapi sistem bagi hasil. Hal inilah yang

menjadi salah satu yang membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional. Dalam bank konvensional tingkat suku bunga yang ditetapkan diharapkan dapat menarik minat nasabah untuk menabung di bank. Namun, tingkat suku bunga yang fluktuatif menjadikan masalah tersendiri bagi bank konvensional. Ketidakstabilan suku bunga akan mempengaruhi minat nasabah untuk menabung karena nasabah sebagai pelaku dalam dunia perbankan akan lebih tertarik pada bank yang mampu memberikan balas jasa maupun nilai tambah yang lebih besar.

Dengan tingkat suku bunga simpanan yang tinggi maka akan mendorong nasabah untuk menyimpan dananya di bank dengan harapan tingkat pengembalian yang akan diperoleh juga semakin besar tetapi sebaliknya ketika tingkat suku bunga rendah maka minat nasabah untuk menabung juga menjadi berkurang. 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 (TajulKhalwaty, 2013 : 144). Bagi bank, semakin tinggi minat menabung nasabah berarti kepercayaan nasabah terhadap bank tinggi dan semakin tinggi kepercayaan nasabah pada bank maka semakin besar dana masyarakat yang bisa dihimpun sehingga akan dapat meningkatkan kemampuan bank untuk membiayai operasionalnya yang sebagian besar berupa pemberian kredit pada masyarakat, selain tingkat suku bunga yang ditetapkan bank, ada faktor lain yang harus diperhatikan oleh bank untuk dapat menarik minat nasabah yaitu upaya bank untuk memasarkan produknya yaitu promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan bank menjadi sarana untuk memperkenalkan

produk yang dimiliki bank kepada nasabah sehingga nasabah mengenal lebih jauh produk-produk yang ditawarkan bank. Promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk bank karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh nasabah maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasaran (Indriyo, 2009:235).

Promosi tidak hanya bersifat memberikan informasi tetapi juga bersifat membujuk. Namun, promosi yang dilakukan bank tidaklah selalu memberikan dampak baik terhadap bank. Promosi yang sifatnya membujuk secara berlebihan dapat menimbulkan kecemasan dari orang-orang tertentu yang merasa dimanfaatkan dan dipermainkan. Selain itu, pemilihan media maupun sasaran promosi juga perlu diperhatikan karena kesalahan dalam pemilihan media maupun sasaran promosi dapat menimbulkan dampak yang kurang baik bagi bank seperti pemborosan biaya tanpa adanya imbal balik positif pada bank. Oleh karena itu, dalam mempromosikan produknya, bank harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi yang tersedia baik melalui media cetak maupun elektronik. Strategi pemasaran yang tepat akan mendorong ketertarikan nasabah terhadap bank dan ketertarikan nasabah pada bank dapat ditunjukkan dengan mempercayakan investasinya di bank. Dengan kepercayaan nasabah yang tinggi terhadap bank maka akan ikut mempengaruhi perilaku nasabah. Nasabah akan senang memanfaatkan produk yang ditawarkan sehingga bank akan mampu menarik banyak nasabah.

Maraknya bank-bank yang ada di Indonesia dengan berbagai layanan maupun undian yang dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat merupakan

hal yang cukup variatif dalam dunia perbankan. Bagaimana cara untuk menarik nasabah yang baru agar menjadi nasabah tetap maupun mempertahankan setiap nasabah menjadi tantangan khusus bagi setiap bank. Nasabah merupakan nafas kehidupan setiap bank untuk maju dan tetap menggunakan jasa dan layanan produknya. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan/hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Pelayanan pelanggan menjadi penting bagi bank dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan meminimumkan nasabah pindah ke bank lain. Pelayanan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang nasabah sehingga bank harus merumuskan pelayanan bermutu melalui sudut pandang nasabah tersebut. Begitu juga dengan kehadiran beragam layanan perbankan di Indonesia yang berlomba-lomba memberikan pelayanan bermutu bagi setiap nasabahnya. 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, 2008:158).

Sikap nasabah dalam menerima produk yang ditawarkan salah satunya adalah dengan bentuk pelayanan yang memuaskan. Sebuah produk yang sama akan terlihat berbeda apabila pelayanan yang diberikan lebih memuaskan nasabah. Nasabah yang semula hanya terkesan melihat-lihat produk yang ditawarkan berganti dengan perilaku pembelian produk. Menurut Fandy Tjiptono (2009:39), orientasi pelayanan erat kaitannya dengan konsep orientasi pasar. Orientasi layanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan sedangkan orientasi pasar lebih berfokus pada penyelarasan antara kapabilitas unik organisasi dan kebutuhan pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan.. Maka, suatu perusahaan termasuk bank dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan para pelanggannya (nasabah) sehingga tujuan bank dapat tercapai.

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, kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis.

Bank Rakyat Indonesia merupakan salah satu bank pemerintah yang tetap mampu bersaing dengan bank-bank lain yang terus meningkat jumlahnya. BRI

yang mengusung misi untuk menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah terus berupaya meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan prima kepada nasabah menjadi prioritas bagi BRI karena nasabah merupakan aset penting bagi bank. BRI juga memberikan berbagai kemudahan pada nasabah dengan sistem on-line yang telah diterapkan di kantor-kantor cabang BRI saat ini. Dengan sistem tersebut akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi. Selain itu, BRI berupaya memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Dengan demikian diharapkan nasabah BRI akan terus meningkat dan minat nasabah untuk menabung di BRI diharapkan juga akan meningkat sehingga BRI akan tetap mampu bersaing dengan bank-bank lain baik swasta maupun nasional.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk menyusun dan membahas skripsi dengan judul pengaruh pelayanan dan keyakinan terhadap keputusan menabung pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang, Kabupaten Majene.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana pengaruh Pelayanan dan keyakinan terhadap keputusan Menabung di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang, Di Kabupaten Majene?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui pengaruh Pelayanan dan keyakinan terhadap Keputusan Menabung di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang, Kabupaten Majene.

D. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan pemahaman dan wawasan keilmuan khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia yang berhubungan dengan aplikasi dilapangan. Selain itu hasil penelitian ini dapat di kaji lebih lanjut dan dikembangkan lagi oleh peneliti lain yang tertarik meneliti masalah pengaruh pelayanan dan keyakinan terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kabupaten Majene.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan kontribusi pemikiran khususnya kepada Bank Rakyat Indonesia dan pihak terkait sebagai bahan referensi dalam pengambilan keputusan kedepannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melauicara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana pelanggan/nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telpon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Sinambela (2012), pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Menurut Kotlern dalam Sampara Lukman, pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Selanjutnya Sampara berpendapat, pelayanan adalah suatu kegiatan.

Menurut Kotler(2014) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan padan konsumen itu sendiri. Kotler juga

mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Untuk produk bank (dan lembaga keuangan lainnya seperti asuransi, leasing, pengadaian, dan lain lain) ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai, pengajuan kredit atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekadarnya atau secara rinci. Dalam praktiknya, pelanggan/nasabah yang membutuhkan sesuatu yang perlu pelayanan sesuai dengan keinginannya dibagi empat macam yaitu sebagai berikut:

- a) Pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang (customer service, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir.
- b) Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar. Kalaupun hanya memerlukan bantuan hanya sekedar bertanya singkat seperti tempat barang dijual.

- c) Pelanggan memerlukan bantuan tetapi melalui telpon. Jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kata, akan tetapi hanya melalui suara
- d) Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat. Artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin anjungan tunai mandiri (ATM)

B. Pelayanan Dalam Pandangan Islam

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:

- 1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an Surat Asy-Syuh'ara: 18-183.
- 2) Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- 3) Tidak Menipu (Al-Kadzid) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
- 4) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- 5) Melayani dengan rendah hati (khidmah) yaitu sikap ramah tamah, sopan, santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

- 6) Tidak melakukan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

C. Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan oleh 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. (Moenir dalam Naga, 2010) *service are those separately identifiable, essentially, intangible activities that provide want-satisfaction and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods*". (Stanton dalam Alma, 2009). Jasa dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda benda berwujud atau tidak.

Selanjutnya Lopiyoadi dan Hamdani, (2013) menyatakan kualitas jasa merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat

kompleks karena penilaian kualitas jasa berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (intangible) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan (Jasfar, 2009)

Sebab perbedaan karakteristik ini, setiap penilaian kualitas jasa, nasabah sebagai pemakai jasa terlibat secara langsung serta ikut didalam proses jasa tersebut, sehingga yang dimaksud dengan kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan nasabah terhadap jasa yang dipakai atau disarankan. Oleh karena itu perusahaan perbankan yang ingin memenangkan persaingan harus mampu untuk mengutamakan pelayanan kepada nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Perusahaan yang tidak memikirkan pelayanan akan kalah dalam persaingan.

Menurut Supranto, kualitas adalah suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya, oleh Karena kebutuhan orang bersifat dinamis, yaitu kondisi yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau nasabah. Dari definisi diatas memberi indikasi bahwa tiap perusahaan, harus mampu berkompetisi menciptakan barang atau jasa sesuai permintaan atau harapan konsumen. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model service anquality (Parasuraman, et al. 2010) yaitu sebagai berikut:

a. *Tangible* (bukti langsung)

Tangible yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan aksistensinya kepada eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik

perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, misalnya fasilitas fisik (gedung, ruang tunggu, tempat parkir), perlengkapan, peralatan yang digunakan serta para pegawainya.

b. *Realibility* (Kehandalan)

Realibility yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan pada pelanggan.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas atau tidak membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama tanpa adanya kejelasan dan memberikan penyelesaian terhadap masalah pelanggan dengan cepat sesuai apa yang dijanjikan.

d. *Assurance* (Jaminan)

Assurance yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain: komunikasi, kredibilitas, keaman, kompetensi, dan sopan santun.

e. *Emphaty* (Perhatian)

Emphaty yaitu memberikan yang tulus yaitu bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya berusaha memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan

pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Pelanggan atau nasabah adalah orang atau pihak yang dilayani kebutuhannya, sehingga siapa saja bisa menjadi pelanggan tergantung pada situasinya. Nasabah merupakan subjek yang dinamis yang sangat dipengaruhi oleh factor-faktor internal dalam dirinya maupun factor eksternal diluar dirinya. Respon dan tindakan nasabah timbul oleh persepsi dan harapan terhadap rangsangan baik dari dalam maupun dari luar dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan.

D. Nasabah

Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah nasabah. Menurut undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang perbankan pasal 1, "Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah menyimpan adalah nasabah menepatkan dananya di bank dalam bentuk simpan berdasarkan perjanjian dan dengan nasabah yang bersangkutan". Menurut ZulianYamit (2014 : 27) Nasabah adalah orang berinteraksi dengan bank dan mereka adalah pengguna produk, sedangkan menurut Rambat (2012 : 143), nasabah adalah 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 diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah merupakan orang yang berinteraksi di bank yaitu orang yang menggunakan jasa bank. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat menabung nasabah adalah keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk/jasa bank

atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu. Dalam bertindak seseorang dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong (2014 : 214), persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu yang berarti mengenai dunia sedangkan Tatik Suryani mendefenisikan persepsi sebagai suatu proses yang diawali oleh suatu stimulasi yang mengenai indra manusia untuk kemudian dilakukan respon (Tatik Suryani, 2012: 97-98).

Setiap individu dalam memberikan respon terhadap informasi yang diterima tidaklah sama. Hal ini dikarenakan setiap individu dapat membentuk persepsi yang berbeda atas rangsangan yang sama disebabkan oleh tiga proses perceptual (berhubungan dengan rangsangan sensorik) yaitu:

- a. Atensi Selektif yaitu kecenderungan orang untuk menyaring sebagian besar informasi yang diperoleh.
- b. Distorsi selektif menggambarkan kecenderungan orang untuk menerjemahkan informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang telah dipercayai.
- c. Retensi selektif merupakan kecenderungan orang untuk mempertahankan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaannya. Retensi selektif ini membentuk sikap untuk mengingat hal-hal baik tentang suatu produk yang disukai dan melupakan hal-hal baik tentang produk pesain. (Kotler dan Amstrong, 2009: 174-175).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah merupakan proses nasabah dalam memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diterima dan selanjutnya akan dilakukan respon atas informasi tersebut.

E. Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diukur baik atau tidaknya berdasarkan sudut pandang nasabah bukan berdasarkan penyedia jasa. Meskipun demikian, bukan berarti kualitas pelayanan tidak dapat diukur. Persepsi terhadap kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa (FandyTjiptono, 2013). Bank yang menganut konsep pelayanan jelas akanmengorientasikan diri pada nasabah dan mengutamakan kepuasan nasabah. Terciptanya situasi seperti ini akan membentuk kekuatan bagi bank dalam menghadapi persaingan dan melayani pelanggan dengan sebaik mungkin. FandyTjiptono (2014:70) membagi kualitas pelayanan menjadi lima dimensi yaitu:

- a. Bukti langsung (tangibles) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (realibility) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (responsiveness) merupakan keinginan para staf untuk membantu nasabah dan memberikan pelayann dengan tanggap.
- d. Jaminan (assurance) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf. Selain itu jaminan juga diartikan sebagai bebas dari bahaya , resiko atau keragu-raguan.

- e. Empati (emphaty) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap nasabah berpengaruh terhadap perilaku nasabah karena ketika pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah tidak atau kurang memuaskan maka nasabah akan merasa kecewa dan memungkinkan untuk mencari bank lain yang dapat memenuhi keinginannya. Dengan demikian, persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan merupakan proses nasabah untuk memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah dan kemudian akan direspon melalui tindakan. Semakin banyak kmpelen yang diterima bank menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bank kurang memuaskan.

F. Minat Menabung Nasabah

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat sifatnya tidak stabil. Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, haran, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila

mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran atau perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sector rasional elastis, sedangkan perasaan bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak dapat diatur dengan sebaik-baiknya dalam dunia perbankan, sumber dana terbesar adalah berasal dari pihak ketiga yaitu masyarakat.

Keberlangsungan bank sangat penting bagi suatu Negara karena bank ikut berperan dalam peningkatan taraf hidup masyarakat, selain itu bank merupakan lembaga perantara keuangan terbesar dalam perekonomian. Menurut undang-undang No 10 Tahun 1998 tentang perbankan, “ bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Dari pengertian tersebut maka fungsi utama bank dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Menghimpun dana masyarakat (funding)

Penghimpun dana masyarakat ini dilakukan dengan cara mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas.

b. Menyalurkan dana masyarakat (lending)

Setelah diperoleh dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, maka bank kemudian memutar kembali atau diperjualkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman/kredit (lending).

Sebagai lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian negaramaka bank harus dapat menghimpun banyak sumber dana terutama dari masyarakat. Untuk dapat memperoleh dana yang banyak, bank dituntut untuk dapat menarik dan meningkatkan minat menabung nasabah. Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. menurut Pandji (2013:9), minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Sofyan Assuri, 2014).

Kotler dan Amstrong (2009: 179-181) menyebutkan bahwa dalam proses keputusan pembelian tersebut ada beberapa proses yang dilalui yaitu:

- a. Pengenalan kebutuhan yaitu tahapan dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan.
- b. Pencarian informasi yaitu tahap dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak tentang suatu produk.
- c. Evaluasi alternative adalah tahapan konsumen dalam menggunakan informasi yang diperoleh untuk mengevaluasi produk alternatif dalam sekelompok pilihan.

- d. Keputusan pembelian yaitu tahapan konsumen dalam memutuskan pembelian atas produk yang akan dibeli.
- e. Perilaku pasca pembelian adalah tahapan konsumen dalam mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian berdasarkan kepuasan/ketidakpuasan atas produk.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat menabung adalah keinginan yang datang dari diri sendiri untuk melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu.

G. Keputusan Menjadi Nasabah

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya factor eksternal dan juga adanya factor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal dapat merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung. Badudun dan Zain mengartikan menabung sebagai kegiatan menyimpan uang dalam tabungan dikantor pos atau di bank, menurut Aromasari (2009) menyimpan uang di bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat menabung nasabah sering kali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan menabung. Karakteristik pribadi konsumen yang

dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk menabung.

Hubungan antara sikap terhadap tabungan berhadiah dengan minat menabung mahasiswa pada bank di beberapa Universitas di Yogyakarta. Skripsi (tidak diterbitkan). Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada. Berdasarkan paparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat menabung adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang.

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung, yaitu:

- a. Kebudayaan; kebiasaan yang ditanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru yang mengarahkan anak didiknya untuk rajin menabung.
- b. Keluarga; orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya.
- c. Sikap dan Kepercayaan; seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk dalam segi finansialnya.
- d. Motif social; kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui pendidikan, penampilan fisik, yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipenuhi bila ia menabung.
- e. Motivasi rencana-rencana mengenai kebutuhan-kebutuhan dimasa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa minat menabung dapat dipengaruhi oleh factor individual, factor social, fsktor kemampuan dan factor kesediaan.

H. Promosi

Promosi disebut juga dengan komunikasi pemasaran adalah sarana perusahaan untuk berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Intinya komunikasi pemasaran mempresentasikan suara perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana tempat perusahaan berdialog dan membangun hubungan dengan konsumen (Kotler dan Keller, 2014:172). Tjiptono (2010:219) mengemukakan pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang disebut dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerimanya, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Selanjutnya pengertian produksi menurut Lopiyoadi dan Hamdani (2009:120) adalah alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi yang disebut dengan bauran bauran promosi. Kotler dan Keller (2009:174) mengemukakan bauran promosi terdiri dari:

1. Iklan yaitu semua bentuk terbayar dari prestntasinonpersional dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas. Bentuk iklan adalah iklan cetak dan tayangan, kemasan diluar, sisipkan kemasan, filem brosur dan buklet, poster dan selebaran, direktori, cetak ulang iklan, papa iklan, tanda pajangan, panjang titik pembelian, bahan audiovisual, symbol dan logo video.
2. Promosi penjualan adalah berbagai intensif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa. Bentuk penjualan promosi adalah kontes, permainan undian, lotre premi dan hadiah, sampel bazar dan pameran dagang, pameran demonstrasi, kupon, rabat, pembiayaan berbunga rendah, hiburan, tunjangan pertukaran barang bekas, dan program kontinuitas.
3. Acara dan pengalaman yaitu kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau interaksi yang berhubungan dengan merek tertentu. Bentuk acara dan pengalaman adalah olahraga, hiburan, vestival, seni, acara amal, tour pabrik, museum perusahaaa, kegiatan jalanan
4. Hubungan masyarakat dan publisitas yaitu beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan ataaau produk individunya. Bentuk hubungan masyarakat dan publisitas adalah peralatan media , pidato, seminar, laporan tahunan, donasi amal, publikasi, hubungan komunikasi, lobi, media identitas, majalah perusahaan.

5. Pemasaran langsung yaitu penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail atau einternet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respon atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.
6. Pemasaran interaktif yaitu kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra atau meniptakan penjualan produk dan jasa.
7. Pemasaran dari mulut ke mulut yaitu komunikasi lisan, tertulis dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan langsung dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa. Bentuk pemasaran dari mulut ke mulut adalah orang ke orang, chat room, dan blog.
8. Penjualan personal adalah interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan pengadaan pesanan. Bentuk penjualan personal adalah presentasi penjualan, rapat penjualan, program insentif, sampel, basar dan pameran dagang.

I. Persepsi Tentang Promosi

Menurut Sofjan Assauri (2011:264), promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah untuk menciptakan permintaan atas suatu produk/jasa, sedangkan menurut Rambat promosi merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank kepada nasabah untuk menjelaskan produk-produk bank sehingga nasabah mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk yang

ditawarkan bank dan nasabah promosi menurut Buchari Alma (2009) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi adalah salah satu unsur dalam *marketing mix* yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses penjualan. Dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli produk, maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap nasabah berpengaruh terhadap perilaku nasabah karena ketika pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah tidak atau kurang memuaskan maka nasabah akan merasa kecewa dan memungkinkan untuk mencari bank lain yang dapat memenuhi keinginannya. Dengan demikian persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan merupakan proses nasabah untuk memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah dan kemudian akan direspon melalui tindakan. Semakin banyak keluhan yang diterima bank menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bank kurang memuaskan.

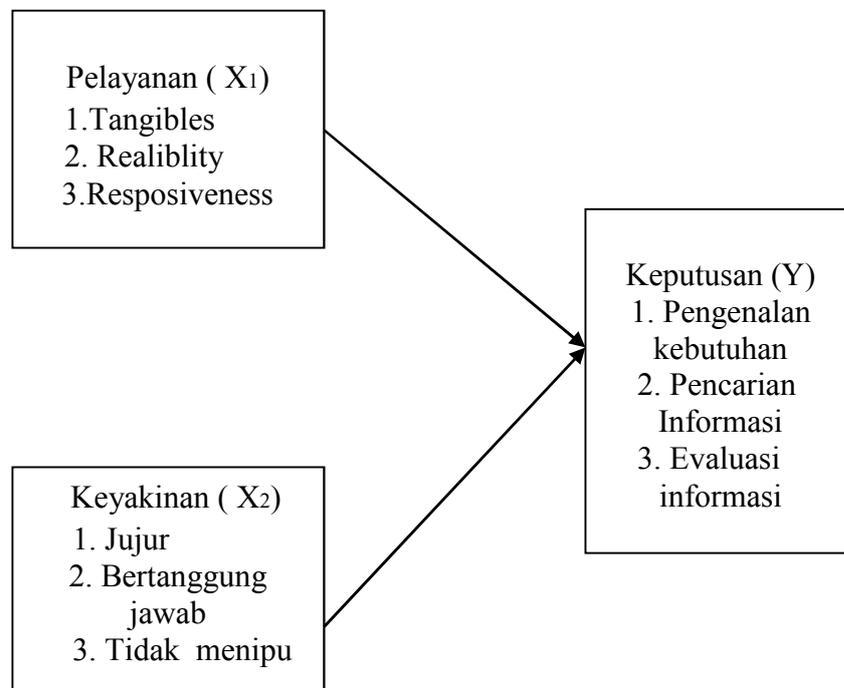
J. Kerangka Pikir

Nasabah sebagai pihak yang memanfaatkan jasa bank akan bersikap lebih cermat dalam kegiatan menginvestasikan/menyimpan dan yang dimiliki, promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan termasuk bank dalam

memasarkan produknya. Dengan kegiatan promosi tersebut diharapkan nasabah akan mengetahui lebih jauh mengenai produk yang ditawarkan bank kepada nasabah. Berbagai sarana digunakan untuk memasarkan produknya kepada nasabah dengan tujuan agar nasabah tertarik dengan apa yang dipromosikan bank sehingga dengan ketertarikan tersebut dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan hal ini akan berdampak pada minat nasabah untuk menggunakan produk bank semakin besar. Kualitas pelayanan yang dilakukan bank 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 minat nasabah untuk menabung di bank tersebut semakin besar. Minat menabung nasabah yang tinggi dapat menciptakan nasabah yang loyal sehingga peluang nasabah untuk pindah ke bank lain semakin kecil. Dengan melakukan promosi atas produk-produk yang ditawarkan bank kepada nasabah maka pengetahuan/informasi yang akan diperoleh nasabah terkait produk-produk bank tersebut menjadi lebih luas. Dengan demikian nasabah akan lebih tahu banyak informasi sehingga sehingga dapat memutuskan produk yang sesuai kebutuhannya. Dengan promosi yang tepat maka akan dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan bank. Selain itu, hal penting lain yang harus diperhatikan bank adalah mengenai kualitas pelayanan bank. Nasabah akan lebih tenang terhadap bank yang peka terhadap kebutuhan

nasabahnya. Kepekaan bank terhadap nasabah ditunjukkan dengan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank akan meningkatkan minat nasabah untuk menabung di bank tersebut.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

K. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Pengujian hipotesis akan membawa pada kesimpulan untuk menolak atau menerima hipotesis. Diduga bahwa pelayanan dan keyakinan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun yang menjadi tempat objek penelitian ini yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang bertempat jl. Pelattoang sendana, di kabupaten majene.

sedangkan waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperkirakan kurang lebih 2 (dua) bulan. Maret- Mei 2017

B. Populasi dan Sampel

1. *Populasi*

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian baik terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama, bahwa populasi penelitian merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek dapat menjadi sumberdata penelitian. Berdasarkan paparan pengertian ini maka sasaran populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan laporan keuangan perusahaan.

2. *Sampel*

Sampel merupakan” bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *Nonprobability Sampling Design* yaitu dengan menggunakan purposive sampling merupakan teknik penarikan sampel yang tidak memberikan peluang

atau kesempatan yang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang atau kesempatan samabagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dari uraian pengertian sampel diatas maka penulis mengambil sampel penelitian berupa laporan keuangan perusahaan dalam hal ini laba operasional untuk tahun 2009 dengan tahun 2014.

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapat informasi yang mengenai data yang relevan dengan asumsi penulisan proposal penelitian agar lebih baik, maka penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu:

1. Penelitian Lapangan

Yaitu dengan melakukan penelitian langsung ke objek penelitian dengan tujuan menggambarkan semua fakta yang terjadi pada objek penelitian, agar permasalahan dapat diselesaikan. Pada penelitian lapangan ini penulis menggunakan dua teknik penelitian yaitu:

- a.) Teknik Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
- b.) Teknik Interview, yaitu dilakukan dengan wawancara langsung dengan sumber teknik yaitu pimpinan dan karyawan perusahaan.

2. Penelitian Pustaka

Yaitu dengan mempelajari beberapa literature yang ada hubungannya dengan penulisan proposal ini dilengkapi data yang diperoleh oleh lapangan

serta untuk mendapatkan suatu kerangka teori yang akan dipakai sebagai bahan acuan.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. jenis data

a. Data Kualitatif

Yaitu data yang diperoleh berbentuk informasi baik lisan maupun tulisan berupa data atau catatan akuntansi.

b. Data Kuantitatif

Yaitu data yang berupa angka-angka hasil observasi dan pengukuran berupa laporan keuangan.

2. Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

yaitu data yang secara langsung diambil dari objek penelitian oleh peneliti baik itu perorangan maupun organisasi.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari dokumen perusahaan serta informasi yang tertulis lainnya yang berasal dari pihak yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

E. Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah:

1. Analisis deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh pelayanan dan keyakinan terhadap keputusan menabung pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang, di kab. Majene.
2. Analisis Regresi, yaitu untuk menganalisis pengaruh variable pelayanan dan keyakinan terhadap Keputusan menabung pada BRI

$$Y = b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Ket:

Y = Variabel terikat yang diproyeksikan (Menabung) keputusan

X₁ = Pelayanan

X₂ = Keyakinan

a = Nilai Konstanta (Nilai Y jika X=0)

b = Nilai koefisien yang akan ditaksirkan

e = Error

F. Uji Hipotesis

1. Statistik Deskriptif

- a) Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yang dimaksudkan untuk menggambarkan pelayanan dan keyakinan meliputi : nilai tinggi, nilai terendah, nilai rata-rata, standar devinisi, varian. Pengelolaan data hasil penelitian

dilakukan dengan computer pengolahan data statistic yaitu SPSS 20 FOR WINDOWS.

b) Analisis Statistic Inferensial

Statistik inferensial adalah teknik statistic yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Teknik statistic ini dimaksudkan untuk menuji hipotesis penelitian, dilakukan dengan tahapan uji normalitas dan uji homogenitas. Uji normalitas dan uji homogenitas merupakan uji prasyarat analisis untuk mengetahui apakah sebuah data dapat diuji dengan menggunakan analisis infrensial dengan statistic parametric atau menggunakan statistic non parametrik. Jika syarat normalitas dan homogenitas tidak dipenuhi, maka analisis dilanjutkan dengan statistic non parametrik, tapi jika memenuhi syarat normal maka dilanjutkan dengan uji t.

2. Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variable independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} . Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variable independen secara individual mempengaruhi variable independen, sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variable independen secara individual tidak mempengaruhi variable dependen.

- $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ berarti H_0 ditolak dan menerima H_1
- $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ berarti H_0 diterima dan menolak H_1

Uji t juga bias dilihat pada tingkat signifikannya:

- jika tingkat signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- jika tingkat signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

G. Devenisi Operasional Variabel

Devinisi operasional adalah devinisi variable yang terukur, uang mengemukakan devinisi variable-variabel dan indicator yang digunakan pada kerangka piker dan pembahasan, serta alat analisisnya, berdasarkan penjelasan yang dikemukakan maka berikut beberapa devinisi operasional yang perlu dikemukakan dalam penulisan ini, antara lain:

- a. Keputusan dapat dikatakan minat dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.
- b. Keyakinan menjalankan bisnisnya bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- c. Keputusan minat yang besar terhadap suatu hal dapat merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung.
- d. Pelayanan adalah suatu proses memberikan tindakan terhadap sesuatu sehingga merasa puas dengan proses tindakan yang dilakukan.
- e. Nasabah adalah seseorang yang diberikan pelayanan oleh pihak bank.
- c. Nasabah adalah seseorang yang diberikan pelayanan oleh pihak bank.

Tabel 2.1 Devenisi operasional

NO	Variabel	Devenisi operasional	Indikator
1.	Pelayanan (X ₁)	Menurut:(fandlyTjiptono) Bank yang menganut konsep pelayanan jelas akan mengorientasikan diri pada nasabah dan mengutamakan kepuasan nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti langsung (tangibles) 2. Keandalan (realibility) 3. Daya tanggap (responsiveness)
2.	Keyakinan (X ₂)	Menurut : dalam pandangan (Islam) yang dapat digunakan sebagai kepercayaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jujur 2. bertanggung jawab 3. tidak menipu.
3.	Keputusan (Y)	Menurut : (Aromasari) menyimpan uang di bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan. 2. Pencairan informasi 3. Evaluasi informasi

Sumber : Olah Data Peneliti Tahun 2017

BAB IV

GAMBAR PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Sejarah berdirinya Bank Rakyat Indonesia tidak terlepas dari adanya beberapa kali pergantian nama sebelum menjadi Bank Rakyat Indonesia itu sendiri. Sejarah tersebut dimulai ketika pada tanggal 16 desember 1895, Raden Wiriaatmadja dan kawan-kawan mendirikan “ *De Poerwokertosche Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* “ (Bank Penolong dan Tabungan bagi Priyayi Poerwokerto) atau disingkat menjadi “ Bank Priyayi Poerwokerto “, dengan akta otentik yang dibuat oleh E. Sieburgh Asisten Residen. Kemudian tahun 1896, W.P.D de Wolff van Westerrode Asisten Poerwokerto yang menggantikan E. Sieburgh bersama Al. Schifi mendirikan “ *De Peerwokertosche Hulp-en Spaarbank de Inlandsche Hoofden.*”

Pada tahun 1898, dengan bantuan dari pemerintah Hindia Belanda, didirikanlah *Volksbanken* atau Bank Rakyat. Daerah kerjanya meliputi wilayah administrasi Kabupaten atau *Afdeling*, sehingga kemudian *Volksbanken* disebut pula sebagai *Afdelingbank*. Ternyata *Volksbanken* mengalami kesulitan saat itu, sehingga pemerintah Hindia Belanda turut campurtangan dengan mendirikan *Dienst der Volkscredietwesen* (Dinas Perkreditan Rakyat) pada tahun 1904 yang membantu *Volksbanken* secara materiil maupun inmateriil dengan tambahan modal bimbingan, pembinaan, dan pengawasan

Pada tahun 1912, Pemerintah Hindia Belanda mendirikan suatu lembaga berbadan hukum dengan nama Centrale Kas yang berfungsi sebagai Bank Sentral bagi *Volksbanken* termasuk juga Bank Desa. Sebagai akibat resesi dunia pada tahun 1929-1932, banyak *Volksbanken* yang tidak dapat berjalan dengan baik. Untuk mengatasi kesulitan tersebut, maka pada tahun 1934 Didirikan *Algemeene Volkscredietbank* (AVB) yang berstatus Badan Hukum Erops. Modal pertama berasal dari hasil likuidasi Centrale Kas ditambah dengan kekayaan bersih dari *Volksbanken*.

Pada zaman pendudukan Jepang AVB DI Pulau Jawa diganti namanya menjadi *Sycomin Ginko* (Bank Rakyat) berdasarkan Undang-Undang Nomor 39 tanggal 3 Oktober 1942. Setelah Proklamasi Kemerdekaan RI tanggal 17 Agustus 1945, dengan Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1946, maka ditetapkan berdirinya Bank Rakyat Indonesia sebagai Bank Pemerintah yang semula berturut-turut bernama *Algemeene Volkscredietbank* (AVB) dan *Sycomin Ginko*.

Kemudian, pada tanggal 17 Agustus 1950 Negara Republik Indonesia Serikat dengan Undang-Undang Dasar Sementara 1950, Negara RI dijadikan Negara Kesatuan, akan tetapi *Algemeene Volkscredietbank* baru dibubarkan pada tanggal 29 Agustus 1951 berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 tahun 1951. Selain itu Peraturan Pemerintah Nomor 1 tahun 1946 diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah Nomor 25 tahun 1951 tanggal 20 April 1951 menjadikan Bank Rakyat Indonesia sebagai Bank Menengah.

Dengan dikeluarkannya Dekrit Presiden yang menyatakan kembali kepada Undang-Undang Dasar 1945, maka dengan Peraturan Pemerintahan Pengganti

Undang-Undang (PERPU) Nomor 41 tahun 1960 tanggal 26 Oktober 1960 Lembaran Negara nomor 128-1960 dibentuk Bank Koperasi, Tani dan Nelayan yang disingkat dengan BKTN. Dalam Bank itu seharusnya berturut-turut dilebur dan diintegrasikan :

1. Bank Rakyat Indonesia berdasarkan PERPU Nomor 42 tahun 1960 tanggal 26 Oktober 1960.
2. PT. Bank Tani Nelayan berdasarkan PERPU Nomor 43 tahun 1960 tanggal 26 Oktober 1960.
3. *Nederlandsche Handel Mij* (NHM) yang dinasionalisasikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 44 tahun 1960 dan berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 261206/BUM II tanggal 30 November 1960 diserahkan kepada Bank Koperasi, Tani dan Nelayan.

Namun sampai integrasi ketiga Bank Pemerintah ini terlaksana, semua Bank Umum Negara serta Bank Tabungan Pos berdasarkan Penpres Nomor 8 tahun 1965 tanggal 4 Juni 1965 disatukan dengan Bank Indonesia, sebagai suatu langkah kebijaksanaan Pemerintah menuju pembentukan Bank Tunggal. BKTN diintegrasikan pula ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan berdasarkan Penpres Nomor 9 tahun 1965 dan Surat Menteri Bank Sentral Nomor 42 tahun 1965 dan Nomor 47 tahun 1965. Ketika Penpres tersebut baru berjalan satu bulan, keluarlah Penpres Nomor 17 tahun 1965 tentang Pembentukan Bank Tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia, dan Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (ex. BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia Unit II.

Pada akhirnya berdasarkan Surat Keputusan Direksi BRI Nokep : S. 67-DIR/12/1982 tanggal 2 Desember 1982 Direksi Bank Indonesia menetapkan, bahwa Hari Jadi Bank Rakyat Indonesia adalah tanggal 16 Desember 1895.

Daerah majene adalah salah satu daerah yang terdapat Kantor cabang Bank BRI yang memiliki beberapa Unit, yang diantaranya yaitu Bank BRI Unit Banggae, Bank BRI Unit Sendana, Bank BRI Unit Tinambung, Bank BRI Unit Central dan yang terakhir adalah Bank BRI Unit Pelattoang. Bank BRI unit pelattoang sendiri merupakan bagian dari kantor unit BRI Kanca Majene yang awalnya adalah teras BRI Unit sendana pada tahun 2009. Setelah beberapa tahun berjalan dengan disertai perkembangan yang baik maka teras tersebut kemudian dijadikan sebagai kantor BRI Unit Pelattoang pada tanggal 16 November 2013 sampai dengan sekarang.

B. Visi dan missi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

1. Visi Perusahaan

“Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.”.

2. Misi Perusahaan

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan

manajemen risiko serta praktek *Good Corporate Governance (GCG)* yang sangat baik.

- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Visi dan misi Unit BRI

1. Visi Unit BRI

“ menjadi lembaga keuangan dengan reputasi Internasional, tumbuh sehat melalui penyediaan jasa perbankan untuk pengusaha mikro, kecil dan menengah “

2. Misi Unit BRI

- Memberikan layanan perbankan tanpa subsidi kepada para nasabah dengan penawaran produk pinjaman, simpanan dan jasa bank dengan bunga pasar yang telah ditentukan oleh pemerintah Indonesia
- Memberikan layanan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh nasabah mikro

B. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Pengertian organisasi beraneka ragam tergantung dari sudut mana ahli yang bersangkutan melihatnya. Disini penulis mencoba mengutip dari seorang ahli mengenai pengertian organisasi. S.P. Siagian, (2009:113) dalam bukunya “ Filsafat Administrasi” mengatakan: “ Organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja bersama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian sesuatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan dimana terdapat seseorang atau beberapa orang yang disebut atasan dan seseorang atau beberapa orang yang disebut bawahan. ”

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan pekerja antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana fungsi dan aktifitas dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa yang melapor kepada siapa yang menyusun pembagian kerja dan merupakan suatu sistem komunikasi.

Struktur Organisasi kerangka pembagian tanggung jawab fungsional kepada unit-unit organisasi yang di bentuk untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan. Asas atau prinsip yang harus di perhatikan dalam menyusun struktur organisasi adalah sebagai berikut :

1. Azas Koordinasi

Adanya jenjang kekuasaan dan tanggung jawab yang sesuai dengan tujuan perusahaan.

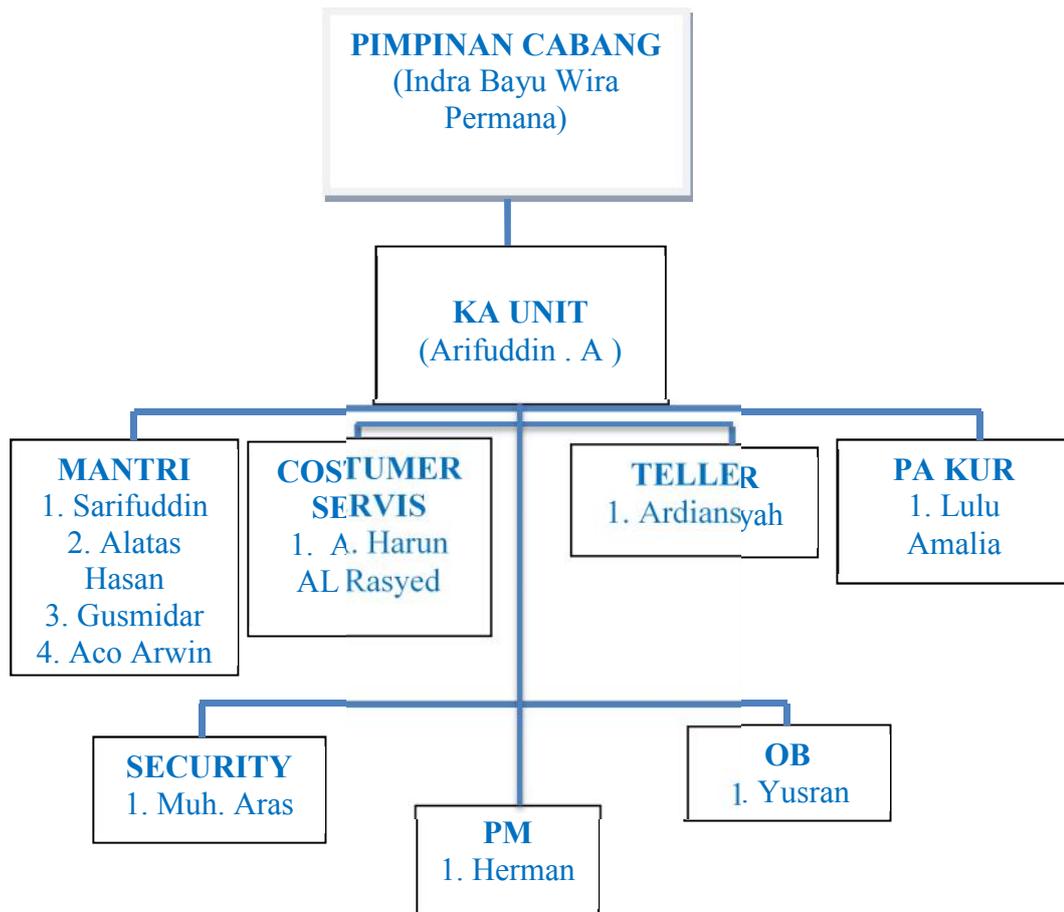
2. Azas Fungsional

Adanya pembedaan berbagai macam jenis tugas dalam organisasi, sehingga tugas dan tanggung jawab serta wewenang masing-masing orang dan masing-masing bagian dapat di tetapkan dengan jelas.

3. Azas Kontrol

Adanya pembagian fungsi ke dalam tanggung jawab bagian-bagian yang mempunyai kedudukan yang independen dalam melaksanakan fungsi operasional, penyimpanan, dan pencatatan.

SKEMA II
STRUKTUR ORGANISASI BANK RAKYAT INDONESIA (BRI)
CABANG MAJENE DI KAB. MAJENE



C. Uraian Tugas

Salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan di dalam menjalankan kegiatan operasinya yaitu struktur organisasi. Dengan adanya struktur organisasi dapat memperhatikan atau memperjelas batasan-batasan tugas dan tanggung jawab masing-masing personil yang merupakan anggota dari organisasi perusahaan. Untuk lebih jelasnya mengenai pembagian tugas dari struktur organisasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pimpinan Cabang BRI (PINCA)

Tugas dan wewenang :

- a. Mempersiapkan, mengusulkan, melakukan negosiasi, merevisi dan mengupayakan pencapaian RKA
- b. Menciptakan dan menjamin kelancaran pelayanan operasional dikantor cabang, kanca pembantu dan BRI Unit
- c. Mengidentifikasi potensi ekonomi di wilayah kerjanya, sehingga dapat mendukung penyusunan pasar sasaran (PS), kriteria nasabah yang dapat diterima (KND) DAN RENCANA pemasaran tahunan (RPT).
- d. Melakukan pembinaan secara aktif dalam meningkatkan kemampuan pegawai di Kanca, Kancapem dan BRI Unit untuk meningkatkan kualitas setiap fungsi, seperti : fungsi marketing, operasional dan support.
- e. Menjamin bahwa seluruh transaksi yang disetujui/ disahkantelah sesuai dengan kewenangannya.
- f. Menjamin ketepatan dan kebenaran pembukuan dan laporan.

- g. Membina dan mengawasi kegiatan operasional di kanca, kancapem dan BRI Unit.
- h. Mengelola dan mengawasi kebutuhan logistic secara efisien.
- i. Melakukan pembinaan dan hubungandengan nasabah penyimpan dan pimpinan kanca, kancapem dan BRI Unit
- j. Mengembangkan bisnis perkreditan dikanca, kancapem dan BRI Unit
- k. Memantau keragaan portopolio dan menetapkan tindak lanjut.

2. Kepala BRI Unit (KA UNIT)

Tugas dan wewenang :

- a. Kepala unit membawahi mantri-mantri, deskman, dan Teller
- b. Melaksanakan prosedur kredit.
- c. Mendiskusikan rapat kerja anggaran dengan unit bisnis manajerial dan menegosiasikan dengan asisten manajer bisnis mikro / pimpinan cabang.
- d. Mengoptimalkan kinerja BRI Unit
- e. Berperan serta secara aktif dalam strategi pengembangan bisnisserta menjalin hubungan professional dengan debitur dan dana dari masyarakat yang terkait
- f. Menyampaikan masalah-masalah yang timbul berkaitan dengan kredit kepada atasannya.
- g. Bertanggung jawab atas kebenaran analis kredit yang akan diputus asisten menejer bisnis mikro atau pimpinan cabang dan memutus kredit sesuai kewenangannya

3. Mantri-Mantri

Tugas dan wewenang :

- a. Melaksanakan prosedur kredit di unit kerjanya
- b. Mempelajari dan melakukan analisis terhadap potensi ekonomi di wilayah kerjanya
- c. Mempersiapkan dan melaksanakan rencana bisnis prioritas terhadap debitur dan menetapkan prerioritas pembinaan atas debitur yang dikelola.
- d. Bertindak sebagai pemeriksa/ penganalisa dan/ atau merekomendasi untuk setiap permohonan kredit
- e. Melaporkan situasi dan kondisi bisnis debitur baik yang masih lancar maupun memburu serta memberikan usul saran pemecahan atau penanggulangannya (RTL) dan bertindak lanjut RTL yang sudah diputus Ka Unit.

4. Frontliner

Frontliner adalah sebuah fungsi jabatan atau pekerjaan dalam sebuah bank atau perusahaan jasa lainnya yang bertugas melayani customer secara langsung, dalam hal ini termasuk memberi sapaan, senyum, serta rujukan solusi jika di perlukan.

a. Teller

Tugas dan wewenang :

- Membuat aplikasi tambahan kas awal dan menerima uang dari supervisor

- Menerima uang setoran dari nasabah dan mencocokkan dengan tande sotoran
- Meneliti keabsahan bukti yang diterima termasuk krlengkapan MCS sebesar dibayarkan kepada yang berhak.
- Mengesahkan dalam OLSIB dan menandatangani bukti kas atas transaksi yang melebihi batas wewenangnya.
- Meminta pengesahan/flat bayar kepada pejabat yang berwenang atas transaksi yang melebihi batas wewenangnya.
- Mengelola dan menyetorkan uang fisik kas kepada supervisor baik selama pelayanan kas maupunakhir hari
- Memelihara kerjakan register perincian sisa kas.
- Membayar biaya-biaya hutang, realisasi kredit dan transaksi lainnya yang kwitansinya telah disahkan oleh pejabat yang berwenang.

b. CS Unit dan PA KUR

Tugas dan wewenang :

- Menata usaha register-register yang berkaitan dengan pemberian kredit.
- Menata usaha register pembatasan tunggakan.
- Memberikan pelayanan administrasi kepada nasabah atau calon nasabah pinjaman dengan sebaik-baiknya.
- Mengelola penyimpanan berkas-berkas pinjaman dan melakukan review dokumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- Mengerjakan semua laporan BRI yang berkaitan dengan kredit.

c. Security

Tugas Dan Wewenang

- Menjaga keamanan daerah kerja dan mengamankan jika ada masalah yang terjadi di lingkungan kerja.
- Membantu nasabah yang mengalami kendala dalam proses transaksi

d. OB (office boy)

Tugas dan wewenang :

- Menjaga kebersihan lingkungan kantor
- Menjaga peralatan kantor.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Statistik Deskriptif

Untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel penelitian (Pelayanan, Keyakinan dan Keputusan Menabung), peneliti menggunakan tabel deskriptif yang tersaji pada tabel 5.1 di bawah ini.

Tabel 5.1

Hasil Statistik Deskriptif

c	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
PELAYANAN	30	41	60	1501	50.03	4.664	21.757
KEYAKINAN	30	45	60	1511	50.37	4.422	19.551
KEPUTUSAN	30	28	35	893	29.77	2.373	5.633
Valid N (listwise)	30						

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)

Dari tabel tersebut, berdasarkan jawaban dari 30 responden maka hasil pengukuran variabel pelayanan pegawai mempunyai total jawaban seluruhnya berjumlah 1501 dengan jawaban terendah 41 dan jawaban tertinggi 60, sehingga diperoleh skor jawaban rata-rata (mean) 50.03 dengan standar deviasi 4.664.

Hasil pengukuran variabel keyakinan nasabah pada tabel terlihat, dari 30 responden diperoleh total jawaban seluruhnya 1511 dengan jawaban terendah 45 dan jawaban tertinggi 60, sehingga diperoleh skor jawaban responden mempunyai rata-rata 50.37 dengan standar deviasi 4.422.

Hasil pengukuran variabel keputusan nasabah menabung pada tabel terlihat, dari 30 responden diperoleh total jawaban seluruhnya 893 dengan jawaban terendah 28 dan jawaban tertinggi 35, sehingga diperoleh skor jawaban responden mempunyai rata-rata 29.77 dengan standar deviasi 5.633.

2. Hasil Uji Kualitas Data

Ada dua prosedur yang dilakukan untuk mengukur reliabilitas dan validitas, yaitu:

- a. Uji reliabilitas dengan melihat koefisien (Cronbach) Alpha. “Nilai reliabilitas dilihat dari *cronbachalpa* masing-masing instrumen penelitian yaitu harus lebih besar dari pada 0,6” (Sekaran, 2000:39).
- b. Uji validitas dilakukan dengan melihat “korelasi antara skor butir dengan skor faktor hams berkorelasi positif, kemudian membandingkan r tabel dengan r hitung dari tiap butir pertanyaan pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan $(n-k)$ ” (Santoso, 2000:41). Secara rinci hasil uji reliabilitas dan validitas disajikan pada lampiran 4 dan 5.

Dari hasil output *reliability* variabel pelayanan pegawai pada lampiran tersebut, menunjukkan bahwa variabel pelayanan pegawai adalah reliabel dengan *cronbachalpa* 0,908, yang berarti bahwa $0,908 > 0,60$. Berdasarkan hasil ini juga dapat disimpulkan item pertanyaan kuesioner sudah memiliki reliabilitas yang tinggi.

Hasil tersebut juga menunjukkan data singkat dari delapan belas pertanyaan yang mencakup mean dan standar deviasi dari masing-masing butir, yang dilanjutkan dengan mean dan standar deviasi untuk keenam butir tersebut, yaitu **50.03** dan **21.757**.

Tabel 5.2

Validitas Instrumen Pertanyaan Pelayanan Pegawai

Item	<i>Corrected item total correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Pertanyaan 1	0.786	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0.581	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0.868	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0.563	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0.758	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0.687	0,361	Valid
Pertanyaan 7	0.737	0,361	Valid
Pertanyaan 8	0.550	0,361	Valid
Pertanyaan 9	0.482	0,361	Valid
Pertanyaan 10	0.678	0,361	Valid
Pertanyaan 11	0.814	0,361	Valid
Pertanyaan 12	0.441	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)

Kolom *Corrected Item Total Correlation* merupakan korelasi antara skor item dengan total item yang dapat digunakan untuk menguji validitas instrumen. Untuk menguji validitas, butir pernyataan tersebut harus dibandingkan dengan r_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan. Pada signifikansi 5% dengan derajat bebas $df = 27$, jumlah (kasus - k), r_{tabel} sebesar 0,367. Berdasarkan gambar pada tabel 5.2 terlihat bahwa hasil uji validitas menunjukkan semua pertanyaan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 5.3
Validitas Instrumen Pertanyaan Keyakinan Nasabah

Item	<i>Corrected item total correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Pertanyaan 1	0.650	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0.588	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0.676	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0.508	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0.694	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0.554	0,361	Valid
Pertanyaan 7	0.524	0,361	Valid
Pertanyaan 8	0.534	0,361	Valid
Pertanyaan 9	0.462	0,361	Valid
Pertanyaan 10	0.653	0,361	Valid
Pertanyaan 11	0.788	0,361	Valid
Pertanyaan 12	0.459	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (datadiolah)

Selanjutnya, output reliability menunjukkan hasil dari proses validitas untuk variabel Pelayanan. Berdasarkan gambar pada tabel 5.3 terlihat bahwa hasil uji validitas menunjukkan semua pertanyaan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%.

Berdasarkan hasil output *reliability* variabel keyakinan nasabah dapat diketahui bahwa variabel tersebut reliabel dengan *cronbach alpha* adalah 0,879 yang berarti $0,879 > 0,60$. Berdasarkan hasil ini juga dapat disimpulkan item pertanyaan kuesioner sudah memiliki reliabilitas yang tinggi. Hasil tersebut juga menunjukkan data singkat dari kesembilan butir pertanyaan yang mencakup mean dan standar deviasi untuk kesembilan butir tersebut, yaitu 50.37 dan 4.422.

Tabel 5.4

Validitas Instrumen Pertanyaan Keputusan Menabung Nasabah

Item	<i>Corrected item total correction</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Pertanyaan 1	0.411	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0.761	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0.466	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0.819	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0.593	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0.819	0,361	Valid
Pertanyaan 7	0.839	0,361	Valid

Sumber :Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)

Selanjutnya, output reliability menunjukkan hasil dari proses validitas untuk variabel Pelayanan Pegawai. Berdasarkan gambar pada tabel 5.3 terlihat bahwa hasil uji validitas menunjukkan semua pertanyaan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%.

Berdasarkan hasil output *reliability* variabel keyakinan nasabah dapat diketahui bahwa variabel tersebut reliabel dengan *cronbach alpha* adalah 0,868 yang berarti $0,868 > 0,60$. Berdasarkan hasil ini juga dapat disimpulkan item pertanyaan kuesioner sudah memiliki reliabilitas yang tinggi. Hasil tersebut juga menunjukkan data singkat dari kesembilan butir pertanyaan yang mencakup mean dan standar deviasi untuk kesembilan butir tersebut, yaitu 29.77 dan 2.373.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

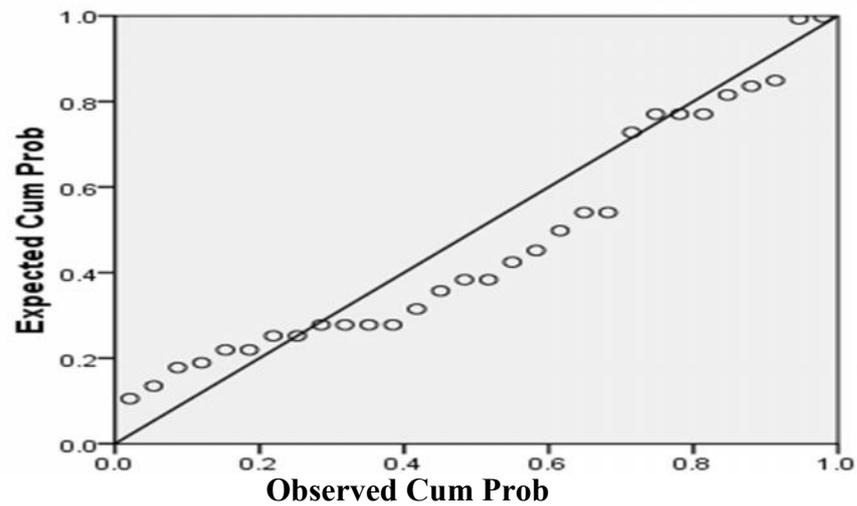
a. Uji Normalitas

Uji normalitas dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dapat juga dengan melihat histogram dari residualnya. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, demikian sebaliknya.

Pada penelitian ini hasil pengolahan data menampilkan grafik normal, plot yang ada menunjukkan titik menyebar sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, demikian juga dengan grafik histogram memberikan pola distribusi normal. Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksikan kinerja manajerial berdasarkan masukan variabel independennya yaitu partisipasi anggaran dan Keyakinan.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KeputusanMenabung Nasabah

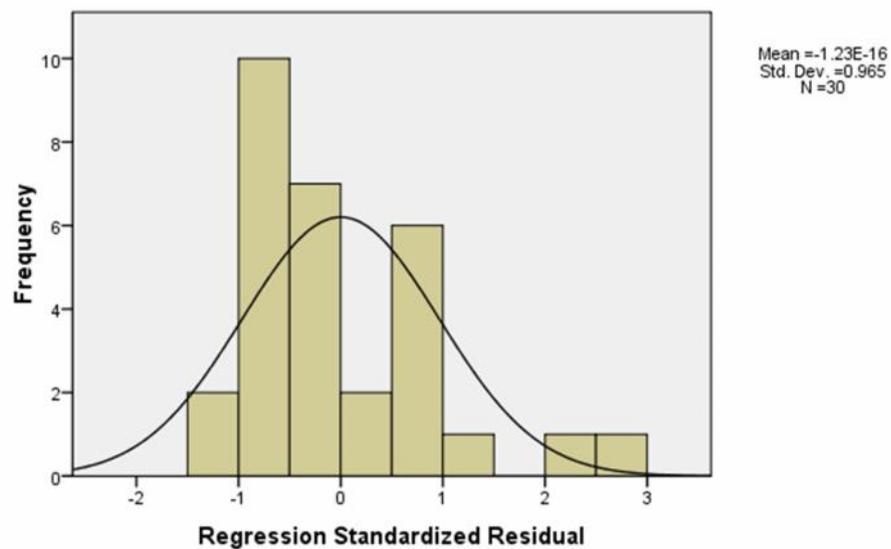


Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)

Gambar 5.1 : Normal P-Plot

Histogram

Dependent Variable: KeyakinanNasabah



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)

Gambar 5.2 : Histogram

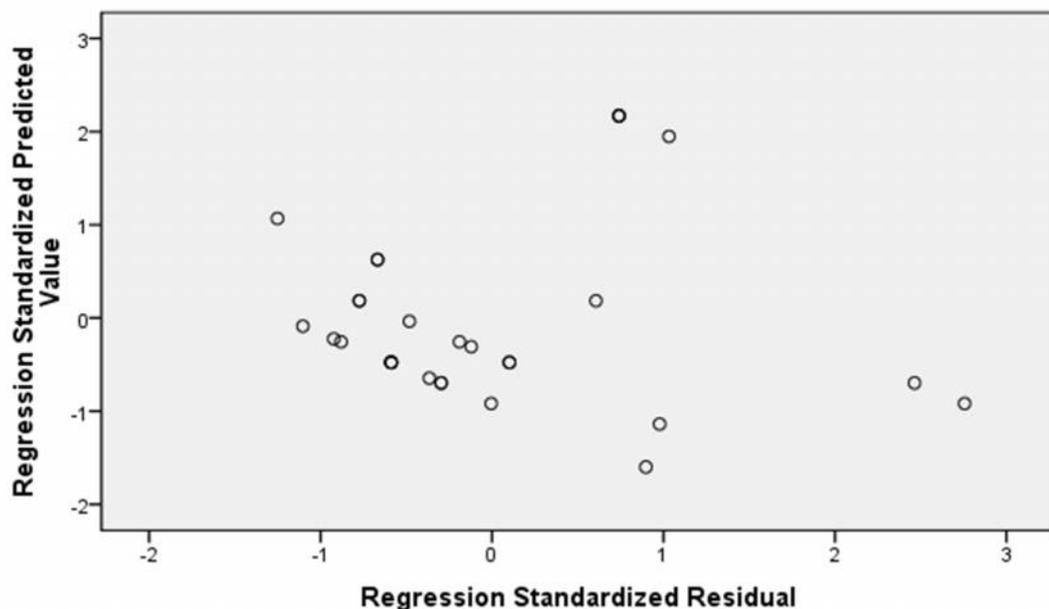
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SREISD dan ZPRED dimana dasar analisisnya adalah :

- 1) Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, bergelombang, melebar kemudian menyempit maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)
Gambar 5.3 : Scatterplot

Dari grafik Scatterplot penelitian ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun angka 0 pada sumbu Y, hal

ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (lampiran 4), sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Keyakinan berdasarkan masukan variabel independennya (partisipasi anggaran).

4. Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 5.5

Variables Entered/Removed^P

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEYAKINAN, PELAYANAN ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 5.5 *variables Entered Removed* menunjukkan analisis statistik deskriptif yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel yang dimasukkan kedalam persamaan adalah variabel independen yaitu partisipasi anggaran.
- b. Tidak ada variabel dependen yang dikeluarkan (*removed*).
- c. Metode yang digunakan untuk memasukkan data yaitu metode *enter*.

Tabel 5.6
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.808 ^a	.653	.627	1.449	.653	25.407	2	27	.000

a. Predictors: (Constant), KEYAKINAN, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 12.00, 2007 (data diolah)

Dari tabel model summary di atas dapat kita lihat hasil analisa regresi secara keseluruhan menunjukkan R sebesar 0,808 yang berarti bahwa hubungan antara pelayanan pegawai dengan keyakinannasabah mempunyai hubungan yang kuat yaitu sebesar 80,8%. Dikatakan kuat, karena angka tersebut di atas 0,5 atau di atas 50%. Sedangkan nilai R Square atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,653. Yang berarti bahwa variabel independen (Pelayanan Pegawai dan Keyakinan Nasabah) mampu dijelaskan oleh variabel dependent (Keputusan Menabung Nasabah) sebesar 65,3%, dan selebihnya 34,7% (100% - 65,3%) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Tabel 5.7**ANOVA^b**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.681	2	53.340	25.407	.000 ^a
	Residual	56.686	27	2.099		
	Total	163.367	29			

a. . Dependent Variable : KEPUTUSAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)

Dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 25,407 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena profitabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi keputusan menabung nasabah. Atau bisa dikatakan bahwa pelayanan pegawai dan keyakinan nasabah berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Tabel 5.8**Coefficients³**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.553	3.089		2.768	.000
	PELAYANAN	.261	.222	.514	1.176	.004
	KEYAKINAN	.161	.235	.301	.688	.002

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS 16.00, 2017 (data diolah)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terlihat pada 4.15 pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Pelayanan Pegawai} + \text{Keyakinan Nasabah} = 8,553 + 0,261 + 0,1611$$

(Keputusan Menabung Nasabah)

Konstanta sebesar 8,553 menyatakan bahwa jika tidak ada Pelayanan, maka Keyakinan adalah sebesar 8.975.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terlihat pada data di atas diperoleh hasil uji t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen. Pada kolom signifikan, konstanta dan variabel independen (Pelayanan Pegawai dan Keyakinan Nasabah) mempunyai angka signifikan di bawah 0,05 yaitu 0,000 Hal ini menunjukkan bahwa model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh pelayanan pegawai dan keyakinan nasabah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang.

Dengan demikian hasil penelitian ini menerima hipotesis, yang berarti pelayanan dan keyakinan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Dari hasil penelitian juga didapat bahwa pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang, Pelayanan dan keyakinan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Artinya, semakin tinggi pelayanan dan keyakinan maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah menabung di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang.

B. Pembahasan

Berdasarkan uji realibilitas jawaban dari 30 responden maka hasil pengukuran variabel pelayanan pegawai mempunyai total jawaban seluruhnya berjumlah 1501 dengan jawaban terendah 41 dan jawaban tertinggi 60, sehingga diperoleh skor jawaban rata-rata (mean) 50.03 dengan standar deviasi 4.664. variabel keyakinan nasabah mempunyai total jawaban seluruhnya berjumlah 1511 dengan jawaban terendah 45 dan jawaban tertinggi 60, sehingga diperoleh skor jawaban rata-rata (mean) 50.37 dengan standar deviasi 4.422. Sedangkan hasil pengukuran variabel dependent keputusan nasabah menabung dari 30 responden diperoleh total jawaban seluruhnya 893 dengan jawaban terendah 28 dan jawaban tertinggi 35, sehingga diperoleh skor jawaban responden mempunyai rata-rata 29.77 dengan standar deviasi 2.373.

Dari hasil output *reliability* variabel pelayanan *budgetary slack* menunjukkan bahwa variabel pelayanan pegawai adalah reliabel dengan *cronbach alfa* 0,908, yang berarti bahwa $0,908 > 0,60$. Berdasarkan hasil ini juga dapat disimpulkan item pertanyaan kuesioner sudah memiliki reliabilitas yang tinggi. Hasil tersebut juga menunjukkan data singkat dari dua belas butir pertanyaan yang mencakup mean dan standar deviasi dari masing-masing butir, yang dilanjutkan dengan mean dan standar deviasi untuk keenam butir tersebut, yaitu 4.664 dan 4.664. Variabel pelayanan pegawai *budgetary slack* menunjukkan bahwa variabel keyakinan nasabah adalah reliabel dengan *cronbach alfa* 0,879, yang berarti bahwa $0,879 > 0,60$. Berdasarkan hasil ini juga dapat disimpulkan item pertanyaan kuesioner sudah memiliki reliabilitas

yang tinggi. Hasil tersebut juga menunjukkan data singkat dari dua belas butir pertanyaan yang mencakup mean dan standar deviasi dari masing-masing butir, yang dilanjutkan dengan mean dan standar deviasi untuk keenam butir tersebut, yaitu 4.422 dan 19.551. Sedangkan output *reliability* variabel keputusan nasabah menabung dapat diketahui bahwa variabel tersebut reliabel dengan *cronbach alpha* adalah 0,868 yang berarti $0,868 > 0,60$. Berdasarkan hasil ini juga dapat disimpulkan item pertanyaan kuesioner sudah memiliki reliabilitas yang tinggi. Hasil tersebut juga menunjukkan data singkat dari ketujuh butir pertanyaan yang mencakup mean dan standar deviasi untuk kesembilan butir tersebut, yaitu 29.77 dan 2.373.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil analisa regresi secara keseluruhan menunjukkan R sebesar 0,808 yang berarti bahwa hubungan antara pelayanan pegawai dan keyakinan nasabah dengan keputusan nasabah menabung mempunyai hubungan yang kuat yaitu sebesar 80,8%. Dikatakan kuat, karena angka tersebut di atas 0,5 atau di atas 50%. Sedangkan nilai R Square atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,653. Yang berarti bahwa variabel dependen (keputusan menabung) mampu dijelaskan oleh variabel independent (pelayanan pegawai dan keyakinan nasabah) sebesar 65,3%, dan selebihnya 34,7% (100% - 65,3%) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 25,407 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena profitabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi keputusan nasabah

menabung. Atau bisa dikatakan bahwa pengaruh pelayanan pegawai dan keyakinan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

Berdasarkan hasil pengolahan data regresi, diperoleh hasil uji t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen. Pada kolom signifikan, konstanta dan variabel independen pengaruh kompensasi mempunyai angka signifikan di bawah 0,05 yaitu 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh pelayanan pegawai dan keyakinan nasabah terhadap keputusan nasabah menabung. Di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan lima maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil uji t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan menabung dengan arah positif, artinya semakin baik pelayanan pegawai Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang, maka semakin tinggi pula minat menabung nasabah pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pelattoang semakin tinggi.
2. Hubungan antara variabel pelayanan dan kepercayaan dengan variabel keputusan menabung secara bersama-sama dapat dirinci sebagai berikut. Pelayanan dan keyakinan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Hal ini dapat dilihat dari hasil dari koefisien korelasi yang termasuk kategori korelasi yang kuat. Selain itu berdasarkan regresi linier, terlihat bahwa pengaruh yang diberikan oleh pelayanan dan kepercayaan terhadap variabel keputusan menabung adalah positif dimana jika penilaian terhadap variabel pelayanan dan keyakinan meningkat, maka akan meningkatkan penilaian keputusan menabung. Berdasarkan uji hipotesis t, terlihat bahwa hasil pengujian dapat menerima

hipotesis penelitian yang berbunyi ada pengaruh signifikan antara pelayanan dan kepercayaan terhadap variabel keputusan menabung. Sedangkan dari koefisien determinasinya, 65,3% keputusan menabung dipengaruhi oleh pelayanan dan kepercayaan dan sisanya dipengaruhi oleh factor lain.

B. Saran

1. PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Pelattoang sebaiknya berusaha meningkatkan kualitas pelayanan. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepercayaan dan minat nasabah dalam menabung akan meningkat.
2. PT. Bank RakyatIndonesia Unit Pelattoang sebaiknya meningkatkan promosinya. Peningkatan promosi ini dapat dilakukan dengan melakukan penambahan intensitas iklan di berbagai media secara lebih intensif, penambahan ragam publisitas, sikap karyawan dalam melayani nasabah juga diperbaiki dan memberikan hadiah yang bermanfaat bagi nasabah misalnya bukan hanya memberikan t-shirt, kipas angin dan setrika, tetapi dapat diupgrade menjadi hadiah langsung yang lebih menarik misalnya smartphone atau tablet.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelman, Irma and Cynthia T. Morris. 2009. *Economic Growth and Social Equity in Developing Countries*. Stanford: Stanford University Press
- Ananoin. 2013. *Kabupaten Gowa dalam Angka 2012.*: Badan Pusat Statistik kabupaten Gowa
- Adam Smith. *The Welt Of Nations. And Globalization Since 2014* Timhoty B. Smith, 2009
- Aromasari (2013) *Minat keputusan menabung*. Penerbit pustaka pelajar: di Universitas Yogyakarta.
- Buchari Alma (2014) *komunikasi pemasaran informasi pelayanan*. PT. Raja Grafindo perdasa, jakarta.
- Dumairy, 2009. *Pengertian Investasi. Ekonomi Perencanaan dan Pembangunan*. PT. Raja Grafindo Pustaka. Jakarta
- Fandy Tjiptono. 2009. *Pelayanan kepuasan pelanggan nasabah*. . Penerbit pustaka pelajar: Yogyakarta
- Fandy Triptono. 2013. *Pelayanan kepuasan pelanggan nasabah*. Penerbit Pustaka pelajar: Yogyakarta
- Hoppe, H.H. 2013. *Teori Umum Keynes Dalam Pandangan Misesian*. Ciputat: Senstuary Publishing
- Indriyo. 9009. *Manajemen Pemasaran Edisi II*. BPFE.; Yogyakarta
- Jhingan, 2009. *Ekonomo Pembangunan dan Perencanaan*, Jakarta: Rajawali Press
- Keynes, John Maynard, *General Theory Of Employment, Interes and Money* 2013. London.
- Kolter dan Keler (2009) *mengemukakan bauran promosi*. PT. Raja Grafindo Perkasa, jakarta
- Koter Armstrong (2009) *Bank BRI pelayanan Nasabah. II. BPFE Yogyakarta* .
- Kolter dan Keller (2009) *promosi pemasaran*. Penerbit Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Muana, Nanga, 2010. *Makro Ekonomi, Masalah dan Kebijakan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta

- Mankiw, N. Gregory. 2013. *Perbedaan Macam Investasi*. PT. Raja Grafindo Pustaka. Jakarta
- Pandji (2014) *keputusan Nasabah*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rostow. 2014. *Teory Ekonomi Moderen*.
- Rostow dan Musgrave, 2009. *Pembangunan Ekonomi. Ekonomi Perencanaan Pembangunan*. PT. Raja Grafindo Pustaka. Jakarta
- Sukirno, Sadono, 2009. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Penerbit Raja Grafindo, Jakarta
- Sukirno, Sadono, 2010. *Makro Ekonomi Modern*, PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Swasta, Basu. 2009. *Manajemen Pemasaran Modern*. BPFE: Yogyakarta.
- Sofian Assunri (2011) Penerbit Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- S.P Siangin (2009) *Filsafat Administrasi bank BRI*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tajul Khalwati. 2013. *Pengaruh Tingkat Suku Bunga*. Penerbit Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Totok Budisontoso (2009) *pengaruh Terhadap Bank*. Penerbit putaka pelajar: Yogyakarta.
- Sinambella (2014) *pelayanan Nasabah Keputusan Menabung*. Penerbit pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Zulian Yamit (2014) *perbedaan Nasabah berinteraksi dengan bank lain*. Jakar: Rajawali pers.

L

A

M

P

I

R

A

N

TANGGAPAN RESPONDEN

KEPUTUSAN NASABAH BANK UNIT BRI PELATTOANG

Jawaban dengan memberi tanda silang (X) pada kolom yang tersedia,

Keterangan :

STS : Sangat tidak setuju **S** : setuju

TS : Tidak setuju **SS** : Sangat setuju

N : Netral

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Fasilitas fisik yang disediakan Bank Unit BRI Pelattong membuat saya puas					
2	Saya merasa puas dengan profesionalisme kinerja Costumer Servis Unit BRI Pelattong					
3	Saya merasa puas dengan profesionalisme kinerja Teller Unit BRI Pelattong					
4	Saya merasa puas dengan profesionalisme kinerja satpam Unit BRI Pelattoang					
5	Kemudahan bertansaksi sesuai dengan harapan Nasabah					
6	Kepuasan terhadap pelayanan Unit BRI Pelattoang Membuat saya bertetahan menjadi Nasabahnya					
7	Ketersediaan jumlah mesin ATM BRI membuat Nasabah tidak kesulitan saat memerlukannya					

Tanggapan responden

KEYAKINAN NASABAH BANK UNIT BRI PELATTOANG

Jawaban dengan memberi tanda silang (x) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

STS : Sangat tidak setuju **S** : Setuju

TS : Tidak setuju **SS** : Sangat setuju

N : Nentral

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kemampuan Unit BRI Pelattoang, komplain secara tepat dan cepat.					
2	Bank Unit BRI Pelattoang memiliki komitmen yang tinggi dalam menyelesaikan komplain.					
3	Bank Unit BRI Pelattoang Fainess adil dalam memerlukan nasabah yang komplain .					
4	Nasabah Merasa aman dalam bertransaksi Di Bank BRI.					
5	Visible informasi Unit BRI Pelattoang yang disampaikan kepada nasabah akurat dan jelas.					
6	Komfidensia adanaya jaminan terjaga privasi dan kerhasian nasabah yang komplain.					
7	Menyimpanan uang di ATM Unit BRI Pelatoang sangat aman dan Terprcaya.					
8	Hama resources memiliki petugas yang memiliki keahlian dalam mengetahui komplain.					
9	Kepuasan Nasabah Terhadap Bank Unit BRI Pelattoang memubat bertahan nasabahnya.					
10	Bank BRI Suku bunganya ringan dan mudah dipahami Nasabah.					
11						
12						

Tanggapan responden

PELAYANAN PEGAWAI BANK UNIT BRI PELATTOANG

Jawaban dengan memberi tanda silang (x) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

STS :Sangat tidak setuju **S** : Setuju

TS : Tidak setuju **SS** : Sangat setuju

N : Nentral

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Customer service memberikan informasi dengan jelas					
2	Teller melayani nasabah dengan cepat.					
3	Customer servis ramah dalam melayani nasabah					
4	Teller Unit BRI pelattoang santun dalam melayani nasabah.					
5	Penyelesaian transaksi hanya memerlukan waktu yang singkat					
6	Custommer service memberikan perhatian penuh kepada nasabah					
7	Karyawan BRI Unit pelattoang mampu memberikan pelayanan tanpa membedakan kondisi ekonomi nasabah.					
8	Teller selalu melayani nasabah dengan rasa kekeluargaan					
9	Customer servis memperhatikan kepentingan nasabah dengan sungguh- sungguh					
10	Karyawan Unit BRI Pelattoang selalu berwajah cerah sehingga nasabah merasa senang dilayani.					
11	Custommer service mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik dalam menanggapi komplain nasabah.					
12	Karyawan Unit BRI Pelattoang selalu dalam posisi siap melayani nasabah untuk setiap transaksi.					

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu /Saudara/i

Karyawan/i/Nasabah BANK BRI Pelattoang.

Dengan hormat,

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi yang berjudul

***“PENGARUH PELAYANAN DAN KEYAKINAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG PADA BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) UNIT PELATTOANG”***

Di kabupaten Majene saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HASMIRA

NIM : 105720442513

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab dan mengisi kuisisioner berikut ini :

Mengingat penelitian ini semata – mata untuk kepentingan akademik. Saya menngharapkan jawaban yang sejujurnya sesuai dengan pendapat anda, sesuai dengan kode etik penelitian, saya akan akan menjamin kerahasiaan identitas dari hasil kuisisioner ini.

Atas kerja sama dan kesedian Bapak/Ibu/Saudara/I mengisi daftar kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

HASMIRA

RIWAYAT HIDUP



HASMIRA, anak kedua dari lima bersaudara in adalah putri kandung dari pasangan bapak Amarudin dan ibu Nuhaya.

Lahir di Seppong, pada Tanggal 31 Desember 1993.

Penulis berdomisi Di seppong, jalan poros majene/mamuju kecematn tamerodo' kabupaten majene. Aadapun riwayat

pendidikan pendidikan yang pernah ditempuh penulis

sebagai berikut:

1. SDN 23 Seppong lulus tahun 2006
2. SMP 4 Sendana lulus tahun 2009
3. SMKN 7 Majene lulus tahun 2013

Sesudah lulus SMA penulis melanjutkan ke Universitas Muhammadiyah Makassar, jurusan MANAJEMEN Pada semester Akhir penulis menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ Pengaruh pelyanan dan keyakinan terhadap keputusan menabung pada Bank rakyat indonesia (BRI) BRI Unit pelattoang di kabpaten majene.