

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA
PT BANK BNI KCP SEKAYU (Persero) Tbk**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Diajukan Oleh :

JOHANES IGOH PRASETYA PUTRA

NPM. 20.01.11.01.88

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI


2024


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : JOHANES IGOH PRASETYA PUTRA
Nomor Pokok/NIRM : 20.01.11.01.88
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MENABUNG NASABAH PADA
PT BANK BNI KCP SEKAYU
(Persero) Tbk

Pembimbing Skripsi

Tanggal ~~28~~ - 03 - 2024 Pembimbing I : 
: Mariyam Zanariah, S.E., M.M.
NIDN. 0222096301


Tanggal ~~28~~ - 03 - 2024 Pembimbing II : 
: Dian Septianti, S.E., M.M.
NIDN. 0206098501

49 /PS/DFEB/ 24

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi


Dr. Msy. Mildal, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS.
NIDN. 0205026401


Mariyam Zanariah, S.E., M.M.
NIDN. 0222096301


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : JOHANES IGOH PRASETYA PUTRA
Nomor Pokok/NIRM : 20.01.11.01.88
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MENABUNG NASABAH PADA
PT BANK BNI KCP SEKAYU
(Persero) Tbk

Penguji Skripsi

Tanggal ~~28~~ - 03 - 2024 Ketua Penguji : 
: Mariyam Zanariah, S.E., M.M.
NIDN. 0222096301

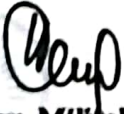
Tanggal ~~28~~ - 03 - 2024 Penguji I : 
: Dian Septianti, S.E., M.M.
NIDN. 0206098501

Tanggal ~~27~~ - 03 - 2024 Penguji II : 
: Lusla Nargis, S.E., M.Si.
NIDN. 0222036101

49 /PS/DFEB/ 24

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


: Dr. Msy. Mirhal, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS.
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi


: Mariyam Zanariah, S.E., M.M.
NIDN. 0222096301

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Johanes Igoh Prasetya Putra

Nomor Pokok/NIRM : 20.01.11.01.88

Fakultas/Prog. Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata I

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MENABUNG NASABAH PADA
PT BANK BNI KCP SEKAYU (Persero) Tbk

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tiada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Februari 2024



Johanes Igoh Prasetya Putra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Jadikanlah hinaan dan sakit hati sebagai motivasi untuk merubah diri kita menjadi lebih baik lagi serta berikanlah sebuah kejutan untuk orang yang selalu merendahkanmu dengan sebuah prestasi”.

(Johanes Igoh Prasetya Putra)

Kupersembahkan kepada :

- Ayahanda dan Ibunda tercinta
- Kekasih dan Adik-adikku tersayang
- Para Pendidik yang saya hormati
- Teman-temanku yang seperjuangan

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk” dengan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dan bisnis pada program Strata-I. Pada konsentrasi Manajemen Pemasaran di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Pada kesempatan ini, saya hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini, penulis tujukan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal, A.E., M.S. selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I Proposal Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan proposal ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
5. Ibu Dian Septianti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II Proposal Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan proposal ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
6. Bapak Herman Efrizal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

7. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah banyak memberi pengajaran dan ilmu pengetahuan.
8. Pimpinan dan Para Staf Karyawan PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan membantu dalam memberikan data yang diperlukan pada penelitian ini.
9. Kepada Kedua Orangtua Saya yang tercinta, Bapak Jhonsen Efrika dan Ibu Sesi Suarti beserta Kekasih dan Adik-adik Saya yang sudah menjadi penyemangat dan berkorban, baik waktu maupun biaya untuk saya dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
10. Kepada Teman-teman Saya, baik Teman-teman Se-angkatan maupun Teman-teman Se-permainan saya yang sudah memberi semangat.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahannya. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang

Johanes Igoh Prasetya Putra

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL SKRIPSI..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.4.1 Secara Teoritis..... | 11 |
| 1.4.2 Secara Praktis | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1 Kualitas Pelayanan | 13 |
| 2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan..... | 13 |
| 2.1.2 Kualitas Pelayanan Yang Baik..... | 14 |
| 2.1.3 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan | 16 |
| 2.2 Promosi..... | 18 |
| 2.2.1 Pengertian Promosi | 18 |
| 2.2.2 Bauran Promosi..... | 24 |
| 2.2.3 Fungsi Promosi | 26 |
| 2.2.4 Tujuan Promosi | 26 |
| 2.2.5 Dimensi dan Indikator Promosi | 27 |
| 2.3 Minat Menabung | 29 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 2.3.1 | Pengertian Minat Menabung | 29 |
| 2.3.2 | Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah | 33 |
| 2.3.3 | Dimensi dan Indikator Minat Menabung | 35 |
| 2.4 | Peneliti Yang Relevan | 37 |
| 2.5 | Kerangka Berpikir | 39 |
| 2.6 | Hipotesis | 40 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 42 |
| 3.1 | Tempat dan Waktu Penelitian | 42 |
| 3.1.1 | Tempat Penelitian..... | 42 |
| 3.1.2 | Waktu Penelitian | 42 |
| 3.2 | Sumber dan Teknik Pengumpulan Data | 43 |
| 3.2.1 | Sumber Data..... | 43 |
| 3.2.2 | Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.3 | Populasi | 46 |
| 3.4 | Sampel dan Sampling | 47 |
| 3.4.1 | Sampel..... | 47 |
| 3.4.2 | Sampling | 49 |
| 3.5 | Rancangan Penelitian | 50 |
| 3.6 | Variabel dan Definisi Operasional | 50 |
| 3.6.1 | Variabel..... | 50 |
| 3.6.2 | Definisi Operasional..... | 51 |
| 3.7 | Instrumen Penelitian..... | 53 |
| 3.8 | Teknik Analisis..... | 56 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 63 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 63 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Perusahaan..... | 63 |
| 4.1.1.1 | Sejarah Singkat Bank BNI KCP Sekayu | 63 |
| 4.1.1.2 | Visi dan Misi Bank BNI KCP Sekayu | 66 |
| 4.1.1.3 | Struktur Organisasi Bank BNI KCP Sekayu | 66 |
| 4.1.1.4 | Deskripsi Jabatan Bank BNI KCP Sekayu..... | 67 |
| 4.1.2 | Karakteristik Responden | 70 |
| 4.1.2.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 70 |
| 4.1.2.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur | 71 |

| | | |
|--------------------------------|--|-----------|
| 4.1.2.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir..... | 72 |
| 4.1.3 | Hasil Uji Instrument Penelitian..... | 72 |
| 4.1.3.1 | Hasil Uji Validitas | 72 |
| 4.1.3.2 | Hasil Uji Reabilitas | 75 |
| 4.1.4 | Hasil Uji Normalitas | 76 |
| 4.1.5 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 78 |
| 4.1.5.1 | Hasil Uji Multikolinieritas..... | 78 |
| 4.1.5.2 | Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 79 |
| 4.1.6 | Teknik Analisis Data..... | 80 |
| 4.1.6.1 | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 80 |
| 4.1.6.2 | Hasil Analisis Koefisien Korelasi | 81 |
| 4.1.6.3 | Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 82 |
| 4.1.6.4 | Hasil Uji Hipotesis | 83 |
| 4.2 | Pembahasan | 85 |
| 4.2.1 | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah..... | 85 |
| 4.2.2 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah | 87 |
| 4.2.3 | Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah | 88 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 91 |
| 5.1 | KESIMPULAN | 91 |
| 5.2 | SARAN | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 93 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | 96 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|----------------|
| 1.1 Jumlah Pembukaan Rekening dalam 5 bulan terakhir | 10 |
| 2.1 Peneliti Terdahulu Yang Relevan | 37 |
| 3.1 Jadwal Penelitian..... | 43 |
| 3.2 Jumlah Populasi Penelitian | 47 |
| 3.3 Variabel dan Definisi Operasional | 52 |
| 3.4 Pengukuran Skala Likert | 54 |
| 3.5 Penafsiran Koefisien Korelasi | 59 |
| 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 71 |
| 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... | 71 |
| 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir | 72 |
| 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1) | 73 |
| 4.5 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)..... | 74 |
| 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Menabung Nasabah (Y) | 74 |
| 4.7 Hasil Uji Reabilitas | 75 |
| 4.8 Hasil Uji Normalitas | 77 |
| 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas | 78 |
| 4.10 Hasil Analisis Linier Berganda | 80 |
| 4.11 Hasil Analisis Koefisien Korelasi | 82 |
| 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... | 83 |
| 4.13 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) | 83 |

| | |
|--|----|
| 4.14 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)..... | 84 |
|--|----|

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|----------------|
| 2.1 Kerangka Berpikir..... | 40 |
| 4.1 Struktur Organisasi Bank BNI KCP Sekayu..... | 67 |
| 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 79 |

ABSTRAK

JOHANES IGOH PRASETYA PUTRA, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk, (Dibawah bimbingan Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. dan Ibu Dian Septianti, S.E., M.M.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank BNI KCP Sekayu sebanyak 138 orang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel *convenience sampling*. Teknik *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = -0,180 + 0,398.X_1 + 0,402.X_2 + e$. Hasil penelitian berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Minat Menabung Nasabah (Y). Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan variabel Promosi (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah (Y).

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) yang telah dilakukan diperoleh nilai (adjusted R square) sebesar 0,756 atau 75,6% variabel kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi variabel minat menabung nasabah dan sisanya 24,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti pengetahuan, kualitas produk, kepercayaan dan lainnya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat Menabung Nasabah.

ABSTRACT

JOHANES IGOH PRASETYA PUTRA, The Influence of Service Quality and Promotion on Customer Saving Interest at PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk, (Under the guidance of Mrs. Mariyam Zanariah, S.E., M.M. and Mrs. Dian Septianti, S.E., M.M.)

This study aims to determine whether the Effect of Service Quality and Promotion on Customer Saving Interest in PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk. The population in this study is 138 customers of Bank BNI KCP Sekayu. Sample determination in this study used *the convenience sampling* sample technique. *Convenience sampling* technique is a sampling technique based on the availability of elements and the ease of obtaining them. The type of data used is primary data using questionnaires. The analysis technique used is multiple regression.

Based on the results of the research that has been carried out, multiple linear regression equations are obtained $Y = - 0,180 + 0,398. X_1 + 0,402. X_2 + e$. The results of the study based on the results of the F test show that simultaneously there is a significant influence of Service Quality (X_1) and Promotion (X_2) on Customer Saving Interest (Y). Based on the results of the t test, it shows that the Service Quality variable (X_1) and the Promotion variable (X_2) partially have a significant effect on Customer Saving Interest (Y).

Based on the results of the coefficient of determination analysis (R^2) that has been carried out, an adjusted R square of 0.756 or 75.6% of service quality and promotion variables affect customer saving interest variables and the remaining 24.4% are influenced by other variables that are not included in this study, such as knowledge, product quality, trust and others.

Keywords: Quality of Service, Promotion, Interest in Customer Saving.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Johanes Igoh Prasetya Putra, dilahirkan di Ulak Paceh pada tanggal 01 September 2002 dari Ayah Jhonsen Efrika dan Ibu Sesi Suarti. Ia anak ke 1 dari 4 bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan tahun 2014 di SD Negeri 1 Bilik Panjang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2017 di SMP Negeri 1 Lawang Wetan dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2020 di SMK Negeri 1 Lawang wetan. Pada tahun 2020 ia memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, Februari 2024

Johanes Igoh Prasetya Putra

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank mempunyai peran penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan, maka semakin cepat pula pertumbuhan ekonomi pada negara tersebut. Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2014). Adapun pendapat lain bank juga dapat dianggap sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki dana dengan pihak-pihak yang memerlukan dana. Selain itu, bank juga bertanggung jawab untuk memudahkan pembayaran.

Bank dapat menghimpun dana dari beberapa sumber. Salah satunya adalah bersumber dana dari tabungan masyarakat. Dana yang bersumber dari masyarakat ini sangat besar dan berdampak terhadap bank tersebut.

Saat ini, industri perbankan berkembang dengan sangat cepat. Banyak bank-bank baru yang bermunculan. Dengan munculnya bank baru, persaingan antar bank menjadi semakin ketat. Dalam persaingan yang semakin ketat ini, bank harus dapat mempertahankan dan menarik lebih banyak nasabah. Bank menggunakan berbagai strategi untuk menarik nasabah, baik melalui dengan meningkatkan fasilitas, produk dan layanan

nasabah. Bank memberi berbagai fasilitas dan kemudahan untuk membuat nasabah mengambil keputusan sesuai dengan kebutuhannya.

Salah satu karakteristik atau sikap nasabah dalam menerima produk yang ditawarkan adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan. Produk yang sama akan terlihat berbeda, jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah lebih memuaskan. Nasabah yang awalnya hanya terkesan melihat-lihat produk yang ditawarkan berganti dengan perilaku pembelian produk tersebut.

Konsep orientasi pelayanan sangat erat kaitannya dengan konsep orientasi pasar. Orientasi pasar lebih berfokus pada penyelarasan antara kapabilitas unik organisasi dan kebutuhan pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan, sedangkan orientasi pelayanan lebih berfokus pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan. Oleh karena itu, suatu perusahaan termasuk bank dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya untuk membuat para nasabahnya puas serta membuat tujuan bank itu sendiri dapat dicapai dengan mudah (Tjiptono, 2015).

Kualitas pelayanan bank dapat diartikan sebagai upaya suatu bank untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabahnya. Semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh suatu bank kepada nasabahnya, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabahnya. Sebaliknya jika suatu bank memberikan pelayanan yang buruk kepada nasabahnya, maka

akan membuat nasabah menjadi kurang puas dan mungkin akan berpindah ke bank yang lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan bank yang baik sering dianggap sebagai salah satu komponen penting dalam keberhasilan suatu bank.

Kualitas pelayanan bank mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan nasabah serta memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perbankan. Suatu bank dalam jangka yang panjang dapat memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan nasabah, sehingga bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara mengutamakan pengalaman yang menyenangkan dan mengurangi pengalaman yang kurang menyenangkan (Swastha B. , 2016).

Bank harus mengutamakan pelayanan untuk membuat nasabah puas sehingga nasabah tetap percaya kepada bank dan mencegah nasabah pindah ke bank yang lain, karena pelayanan berkualitas hanya bisa dipahami oleh sudut pandang nasabah. Dengan cara yang sama, ada banyak perusahaan perbankan di Indonesia yang berusaha untuk memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada setiap nasabahnya. Untuk kemajuan suatu bank maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap produk maupun jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Bank BNI KCP Sekayu merupakan salah satu cabang dari bank BNI milik BUMN yang tetap mampu bersaing dengan bank-bank yang lain, baik

dari bank milik BUMN itu sendiri maupun bank milik swasta serta terus mampu meningkatkan jumlah cabangnya. Bank BNI berkomitmen untuk memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya, karena nasabah merupakan aset penting bagi bank BNI. Selain itu, bank BNI terus berusaha menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga untuk memberikan kemudahan, keuntungan dan manfaat yang optimal kepada semua pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu, diharapkan bahwa jumlah nasabah bank BNI akan terus meningkat dan minat nasabah untuk menabung di bank BNI juga akan meningkat, sehingga bank BNI tetap menjadi pilihan yang terbaik bagi nasabah untuk menitipkan dana mereka.

Laju pertumbuhan suatu bank dapat ditentukan oleh pelayanan yang baik dan kenyamanan pelanggan. Dalam dunia perbankan, pelayanan dan profit ibarat dua sisi dari sebuah uang koin yang tidak dapat dipisahkan. Pelayanan yang baik akan berdampak pada profit dan berkorelasi dengan hasil yang akan didapatkan oleh suatu bank. Dengan kata lain, pelayanan yang baik akan menciptakan lingkungan yang berkelanjutan. Bank harus mendapatkan nasabah dengan prospek yang baik jika bank ingin menghasilkan profit yang tinggi. Dibandingkan dengan nasabah yang biasa, nasabah yang berprospek baik ini tentunya membutuhkan tingkat pelayanan yang jauh lebih baik. Nasabah yang prospeknya baik akan menanamkan atau menyimpan uangnya, meminjam atau menginvestasikan uangnya dalam jumlah besar dan dalam jangka waktu yang lama.

Pelayanan termasuk bagian dari *marketing*. Suatu bank dapat memasarkan produk-produknya dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Program pelayanan kepada nasabah adalah suatu upaya bank untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya, sehingga membuat nasabah nyaman saat melakukan transaksi dengan bank tersebut. Pada akhirnya, ini akan menghasilkan nasabah yang loyal. Oleh karena itu, standar pelayanan harus diterapkan di industri perbankan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja para pegawai bank.

Dalam upaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Suatu bank tidak hanya harus memiliki fasilitas yang baik, produk dan teknologi yang berkualitas tinggi, tetapi bank juga harus memiliki karyawan yang berkompeten dan mempunyai etika pelayanan yang baik. Salah satu bagian di dalam suatu perbankan yang mempunyai pengaruh langsung terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya adalah bagian *frontliner*, yaitu *customer service* dan *teller*. Bagian *frontliner* ini sangat penting dalam industri perbankan, karena bagian ini yang menginformasikan atau menggambarkan tentang keadaan dari suatu perbankan kepada para nasabahnya.

Suatu bank tidak hanya harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabahnya, tetapi juga harus memperhatikan faktor lain untuk menarik minat nasabahnya. Salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh suatu bank adalah upayanya untuk memasarkan

produknya, yang di kenal sebagai promosi. Kegiatan promosi ini dilakukan oleh bank untuk memperkenalkan produknya kepada nasabah, sehingga nasabah dapat mengenal lebih jauh produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Promosi tidak hanya bersifat memberikan informasi kepada nasabah tetapi juga bersifat membujuk nasabah.

Bank BNI telah mempromosikan beberapa produknya, antara lain :

1. Produk Deposito, yaitu Deposito Depati, Deposito Berjangka dan Sertifikat Deposito
2. Produk Tabungan, yaitu Tabunganku, BNI Simpanan Pelajar, BNI TPPA, BNI TAPENAS, BNI TAPMA, BNI Taplus Muda dan BNI Taplus Bisnis
3. Produk Giro
4. Produk Kartu Kredit

Selain itu, pemilihan media atau sasaran promosi juga harus diperhatikan karena kesalahan ini dapat berdampak buruk pada bank, seperti pemborosan biaya tanpa adanya hasil yang positif. Namun, strategi pemasaran yang tepat akan mendorong ketertarikan nasabah terhadap bank dan ketertarikan nasabah pada bank dapat ditunjukkan dengan mempercayakan investasi mereka di bank tersebut. Bank BNI sendiri telah menggunakan media digital dan secara langsung berhadapan dengan nasabah untuk melakukan promosi.

Bank BNI memanfaatkan berbagai strategi untuk mempromosikan produk mereka kepada nasabah baru, seperti mengadakan undian untuk nasabah yang setia dengan memberikan hadiah berupa pergi umrah dan haji. Selain itu, bank BNI juga mempunyai kesempatan yang besar untuk menarik nasabah dari bisnis kecil, karena bank BNI dapat menetapkan kriteria produk dan layanan mereka yang akan ditawarkan kepada nasabah baru supaya cocok dengan usaha jenis apa yang dijalani nasabah.

Setelah menemukan nasabah yang tepat, yaitu penting untuk bank benar-benar mempelajari strategi dan tujuan keuangan nasabah, masalah yang nasabah hadapi, rencana masa depan nasabah dan hal-hal lainnya. Selain itu, promosi bank BNI yang baik adalah menawarkan produk yang mengikat kepada nasabah, seperti pembayaran tagihan online dan lain-lain.

Semakin ketatnya persaingan di sektor perbankan saat ini, baik di antara Bank Pemerintah maupun Bank Swasta mendorong semakin gencarnya promosi produk bank seperti tabungan, giro, deposito, dan kredit. Tentu saja, hal ini berdampak pada perkembangan sektor perbankan yang ada di Sekayu. Dengan munculnya banyak bisnis perbankan di Sekayu, masyarakat Sekayu mempunyai lebih banyak pilihan untuk mengelola uangnya. Masyarakat Sekayu dapat memilih untuk menggunakan layanan Bank Syariah ataupun Bank Konvensional.

Bagi bank, semakin tinggi minat nasabah untuk menabung berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank. Semakin tinggi

tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank maka semakin besar pula dana masyarakat yang dapat dihimpun oleh bank. Sehingga memungkinkan bank dapat membiayai operasionalnya yang sebagian besar berupa pemberian kredit kepada masyarakat.

Setiap bank pasti mempunyai permasalahannya masing-masing, selama bank itu menjalankan usahanya maka selama itu pula persoalan tersebut masih akan selalu timbul, baik dari segi kualitas pelayanan, fasilitas dari bank itu sendiri maupun kinerja dari para pegawai bank tersebut. Bank BNI KCP Sekayu dituntut mampu bersaing dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan melakukan promosi secara maksimal.

Fenomena-fenomena yang ada bahwa masih terdapat banyak nasabah yang komplain terhadap Bank BNI KCP Sekayu, antara lain kesalahan pada transaksi, pencatatan saldo, kegagalan transaksi dan sistem antrean. Selain itu juga, dari temuan sementara di Bank BNI KCP Sekayu melalui wawancara dengan pihak yang berkaitan bahwa masih terdapat banyak nasabah yang komplain terhadap mesin ATM yang sering macet atau uang tidak keluar ketika melakukan penarikan tunai, sering tertelannya kartu debit di ATM dan mesin ATM sering error secara mendadak. Hal ini tentunya menjadi masalah dengan asumsi bahwa seberapapun besarnya komplain yang terjadi akan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.

Masalah lainnya juga yang terjadi pada Bank BNI KCP Sekayu, yaitu adanya nasabah kurang memahami produk-produk yang ditawarkan

oleh pihak Bank BNI KCP Sekayu akibat dari promosi yang dilakukan kurang memadai. Dengan kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk-produk dari Bank BNI KCP Sekayu, maka akan menyebabkan penurunan nilai pelanggan sehingga minat menabung nasabah akan menurun.

Situasi demikian membuat pihak Bank BNI KCP Sekayu terpaksa untuk menaruh lebih perhatian pada banyak faktor yang menentukan keberhasilannya, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Oleh karena itu, bank harus mengarahkan perhatiannya ke arah pasar atau *market oriented*, dengan harapan calon nasabah suatu saat akan tertarik untuk menjadi nasabah. Hal ini pada akhirnya tentu akan meningkatkan nilai bank serta tentunya akan diikuti oleh laba atau keuntungan bank dalam jangka panjang, sehingga akan terus berkembang sejalan meningkatnya minat menabung nasabah.

Adapun tabel dibawah ini yang menunjukkan bahwa sejak 5 bulan terakhir minat menabung nasabah pada PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk mengalami perubahan yang tidak terlalu signifikan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1**Jumlah Pembukaan Rekening dalam 5 bulan terakhir**

| No. | Bulan | Jumlah Pembukaan Rekening |
|--------|-----------|---------------------------|
| 1. | Agustus | 25 |
| 2. | September | 27 |
| 3. | Oktober | 24 |
| 4. | November | 29 |
| 5. | Desember | 33 |
| Jumlah | | 138 Orang |

Sumber : Bank BNI KCP Sekayu (2023)

Dengan mempertimbangkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah pada PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk**".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah di dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah secara simultan di PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah secara persial di PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk?

3. Bagaimana Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah secara parsial di PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diinginkan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan :

1. Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah secara simultan di PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk?
2. Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah secara parsial di PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk?
3. Apakah ada Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah secara parsial di PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini akan bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengaruh persepsi nasabah mengenai Kualitas Pelayanan dan Promosi di PT Bank BNI KCP Sekayu (Persero) Tbk terhadap Minat Menabung Nasabah.

1.4.2 Secara Praktis

a. Peneliti

1. Untuk sarana latihan dan menambah pengalaman dalam memecahkan masalah yang ada di dalam masyarakat sebelum terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya.
2. Untuk sarana menambah pengetahuan mengenai bidang perbankan.

b. Bank

1. Sebagai sumber informasi tambahan untuk pengembangan bank di masa yang akan datang.
2. Sebagai tambahan pertimbangan untuk lebih memantapkan strategi yang telah digunakan oleh bank.

c. Akademik

Dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. (2013). *Instrumen Perangkat Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Basu Swastha, D. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEE.
- Cahyadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada Bank SumselBabel Cabang Tebing Tinggi). *Jurnal Media Ekonomi*, 53-65.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2017). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. *Skripsi*, 40-45.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFEE.
- Haryadu Sarjono, W. J. (2013). *Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFEE.
- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsi-Prinsip Pemasaran. Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P., & Lane, K. K. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zuma. Khalifah Mediatama.
- Malayu, H. (2017). *Dasar-dasar Perbankan, Cetakan Kesebelas*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Malik, A., Syahrizal, A., & Anisah. (2021). Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya. *Jurnal Margin*, 41.
- Pandji, A. (2014). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pasuraman, A. (2014). *The Behavioral Consequenses of Service Quality*. New Jersey: Prentince Hall.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV ALFABETA.
- Rambat, L. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS*. Yogyakarta: Andi.

- Riskiantono, I. (2019). Pengaruh Promosii, Motivasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. *Jurnal Ecomedia*, 109-110.
- Sardiman, A. M. (2016). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Abidin.
- Sari, D. I. (2017). Strategi Promosi dan Store Interior Pada Industri Ritel. *Jurnal Ecomedia*, 183-192.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanti, T., & Fatimah, S. (2018). Pengaruh Akseibilitas dan Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah : Studi Pada Anggota Komunitas Difabel Blora Mustika. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 231-249.
- Swastha, & Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Swastha, D. B., & Handoko, T. H. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi ke-4*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran. Cetakan Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2017). *Pemasaran Strategik. Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.