

Pengaruh Tingkat Suku Bunga Tabungan, Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bpr Indra Candra Singaraja

Komang Trisna Sari Dewi¹, Luh Putu Putri Sariyani²

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja¹

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja²

Kata kunci:

Tingkat Suku Bunga Tabungan, Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Dan Minat Menabung Nasabah

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Suku Bunga Tabungan, Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada BPR Indra Candra Singaraja. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung pada BPR Indra Candra Singaraja sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 75 orang nasabah. Metode Pengumpulan data dengan cara menggunakan teknik kuesioner dan teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS Versi 18.0. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai uji t-test pengaruh tingkat suku bunga tabungan terhadap minat menabung nasabah diperoleh nilai t-hitung > t-tabel ($2,962 > 1,666$) dengan nilai probability ($\alpha = 5\%$) = $0,004 < 0,05$, pengaruh produk tabungan terhadap minat menabung nasabah diperoleh nilai t-hitung > t-tabel ($5,392 > 1,666$) dengan nilai probability ($\alpha = 5\%$) = $0,000 < 0,05$ dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah diperoleh nilai t-hitung > t-tabel ($3,980 > 1,666$) dengan nilai probability ($\alpha = 5\%$) = $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan antara tingkat suku bunga tabungan, produk tabungan, kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of saving interest rates, savings products and service quality on customer interest in saving at BPR Indra Candra Singaraja. The population in this study are customers who save at BPR Indra Candra Singaraja while the sample in this study is 75 customers. Methods of collecting data by using questionnaire techniques and data analysis techniques using the application SPSS Versi 18.0. The results showed that the t-test value of the effect of interest rates on savings savings customers obtained a t-count > t-table ($2.962 > 1.666$) with a probability value ($\alpha = 5\%$) = $0.004 < 0.05$, the effect of the product savings on customer interest in saving, the value of t-count > t-table ($5.392 > 1.666$) with probability value ($\alpha = 5\%$) = $0.000 < 0.05$ and the effect of service quality on customer interest in saving is obtained by t-count > t-table ($3.980 > 1.666$) with probability value ($\alpha = 5\%$) = $0.000 < 0.05$. The results of this study indicate a positive and significant influence between interest rates on savings, savings products, service quality on customer interest in saving at BPR Indra Candra Singaraja.

Keywords:

Savings Interest Rates, Savings Products, Quality of Service and Customer's Interest in Saving

PENDAHULUAN

Sistem ekonomi baru (ekonomi global) telah lama kita dengar kabarnya, yang mana dengan datangnya masa ekonomi global tersebut maka sistem ekonomi akan banyak berubah. Perubahan tersebut akan mempengaruhi sistem ekonomi yang telah berjalan sebelumnya. Kondisi perekonomian suatu negara dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, Osoro dan Ogeto dalam (Makori, 2015).

Kinerja perusahaan sangat bergantung kepada informasi dan kejadian yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Dalam kondisi perekonomian saat ini para pebisnis harus mampu dalam meningkatkan perusahaan tersebut terutama dalam memperoleh laba. Beberapa faktor yang sangat berpengaruh dalam perekonomian negara dan bisnis yang paling utama dan sulit untuk diprediksi dan dikendalikan adalah factor-faktor yang berasal dari eksternal. Hal yang menjadi fokus utama para ekonom beberapa tahun terakhir adalah permasalahan ekonomi makro seperti fluktuasi nilai tukar mata uang dan pendapatan nasional suatu negara. Kinerja sebuah perekonomian dapat dinilai dari stabilitas makro ekonomi seperti, nilai tukar, tingkat inflasi, indeks harga konsumen, variabel pendapatan nasional, indeks harga saham dan tingkat suku bunga Makori (2015). Salah satu bisnis yang bersaing saat ini ialah lembaga perbankan. Lembaga keuangan perbankan mempunyai peran penting dalam menentukan tingkat pertumbuhan perekonomian suatu negara terutama di dalam era perdagangan bebas dewasa ini. Peluang pasar internasional yang terbuka tersebut perlu dimanfaatkan oleh bank-bank domestik yang besar, kompetitif dan sehat untuk menghadapi tantangan dan peluang baru dari unsur internal dan eksternal sehingga mampu bersaing pada tingkat global dengan lembaga keuangan internasional.

Dewasa ini, sektor perbankan sebagai lembaga intermediasi penghimpun dana yang bersumber dari masyarakat atau dana pihak ketiga (DPK) dan menyalurkannya kembali kepada kegiatan produktif (Arthesa dan Handiman, 2009). Dana tersebut dapat berasal dari tabungan nasabah yang di pengaruhi oleh persepsi tentang tingkat suku bunga yang dimiliki oleh suatu perbankan. Besar kecilnya ketertarikan dan minat nasabah yang menabung di bank biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor penentu, salah satunya yaitu tingkat suku bunga yang ditawarkan. Besar kecilnya tingkat suku bunga biasanya mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pemilihan penyimpanan dalam bentuk- bentuk kekayaan yang wujudnya seperti tabungan atau deposito berjangka. Pada tingkat suku bunga yang tinggi, maka masyarakat akan merasa terdorong untuk menyisihkan atau mengurangi pengeluaran untuk melakukan konsumsi untuk menambah jumlah tabungan, begitu pula sebaliknya. Menurut Kasmir (2014), "Bunga bank merupakan balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya". Tingkat suku bunga merupakan opportunity cost of holding money sehingga tingkat suku bunga yang semakin tinggi cenderung meningkatkan tabungan. Berikut ini dapat disajikan data tentang perkembangan nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja Pada tahun 2016 sampai dengan 2020 yaitu jumlah perkembangan nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 selalu mengalami peningkatan, dimana terjadi peningkatan jumlah nasabah pada tahun 2018 sebanyak 9,3% atau 630 orang, sedangkan pada tahun 2019 juga mengalami peningkatan nasabah dengan jumlah yang sama dengan tahun 2018 yaitu sebanyak 630 orang atau 8,5% dan pada tahun 2020 jumlah nasabah kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 14,1% atau sebanyak 1,210 orang.

Nasabah memiliki sikap yang berbeda-beda di dalam menilai kualitas produk yang menonjol. Kualitas produk yang paling menonjol bukan berarti merupakan hal penting bagi nasabah. Semakin baik kualitas produk yang di tawarkan oleh bank maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah, sehingga semakin tinggi pula minat nasabah menabung. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk- produk lainnya. Produk di definisikan sebagai semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Mawaddah, 2016). Nilai suatu produk dapat di evaluasi oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut dibandingkan produk bank lain. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan tersebut (Kurniawan, 2013). Dalam persaingan merebut nasabah atau dana dari masyarakat, pihak Bank cenderung mempengaruhi para nasabah dengan cara pengaruh internal berupa sikap inovasi-inovasi dan keunggulan dalam bersaing melalui perbaikan produk dan perbaikan sumber daya manusia sedangkan pengaruh eksternal yaitu kebudayaan, lingkungan, keuangan, kemajuan teknologi, perubahan sosial, ekonomi, politik dan mempertimbangan keuntungan apa saja yang akan diperoleh masyarakat.

Jumlah tabungan pada BPR Indra

Candra Singaraja selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 mengalami peningkatan dan penurunan, pada tahun 2018 jumlah tabungan mengalami peningkatan yaitu sebesar 59,05%

peningkatan ini diakibatkan meningkatnya minat menabung masyarakat atau nasabah dengan dipercayakannya BPR Indra Candra sebagai tempat mereka menabung, sedangkan pada tahun 2019 jumlah tabungan mengalami penurunan yang cukup signifikan ini diakibatkan adanya masalah ekonomi yang terjadi pada tahun 2019 yaitu terjadinya Covid-19 yang mengakibatkan sebagian nasabah bank mengalami penurunan pendapatan atau kehilangan pekerjaan, penurunan pada tahun 2019 yaitu 42,77%, penurunan jumlah tabungan paling tinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu 296,01%.

Peningkatan manfaat produk tabungan yang ditawarkan secara berkelanjutan dan meningkatkan kualitas pelayanan sumber daya yang dimilikinya serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat, efektif, dan efisien, yang dimaksudkan agar BPR Indra Candra Singaraja memiliki daya saing yang kuat untuk menempatkan dananya, maka pelayanan yang diberikan kepada nasabah atau masyarakat itu penting, karena 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 nasabah. Menurut Assegaf (2009) menyebutkan kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis. 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.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah. 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.

BPR Indra Candra Singaraja merupakan salah satu bank yang tetap mampu bersaing dengan bank-bank lain yang terus meningkat jumlahnya. BPR Indra Candra Singaraja yang mengusung misi untuk menjadi bank terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah terus berupaya meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan prima kepada nasabah menjadi prioritas bagi BPR Indra Candra Singaraja karena nasabah merupakan aset penting bagi bank. BPR Indra Candra Singaraja juga memberikan berbagai kemudahan pada nasabah dengan sistem online yang telah diterapkan di kantor BPR Indra Candra Singaraja. Selain itu, BPR Indra Candra Singaraja berupaya memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dengan demikian diharapkan nasabah BPR Indra Candra Singaraja akan terus meningkat dan minat nasabah untuk menabung di BPR Indra Candra Singaraja diharapkan juga akan meningkat sehingga BPR Indra Candra Singaraja akan tetap mampu bersaing dengan bank-bank lain baik swasta maupun nasional. Berdasarkan uraian tersebut di atas peneliti tertarik melakukan kajian lebih mendalam dengan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga, Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada BPR Indra Candra Singaraja".

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada BPR Indra Candra Singaraja yang beralamat di Jalan Pramuka No 10 Singaraja. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung pada BPR Indra Candra Singaraja dan sampel yang digunakan dalam penelitian 75 orang nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis (Uji T), Uji F, Uji Kelayakan Model (Goodness Of Fit).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan kriteria koefisien korelasi antara nilai indikator dengan total nilai indikator lebih besar dari 0,224 sebagai syarat valid. Berdasarkan angka *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan nilai lebih besar dari 0,224 sehingga dapat dikatakan instrumen pembentuk variabel valid digunakan. Hasil Pengujian Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sebagai syarat reliabel. Berdasarkan *Cronbach's Alpha* terlihat bahwa semua instrumen mempunyai koefisien lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen-instrumen pembentuk variabel adalah reliabel. Hasil perhitungan analisis regresi dengan program SPSS terkait dengan variabel yang diteliti yaitu Pengaruh Tingkat Suku Bunga Tabungan, Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada BPR Indra Candra Singarajasebagai berikut:

$$Y = 0,566 + 0,273 + 0,423 + 0,188$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda dari model persamaan di atas sebagai berikut :

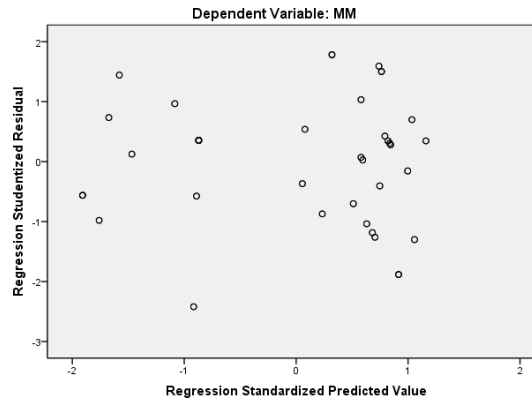
1. Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas, dapat diketahui bahwa nilai constant untuk minat menabung nasabah adalah sebesar 0,566, ini berarti bahwa apabila tingkat suku bunga tabungan, produk tabungan dan kualitas pelayanan bersifat constant maka minat menabung nasabah adalah sebesar 0,566.
2. Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas dapat diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel tingkat suku bunga tabungan sebesar 0,273 dan bertanda positif yang berarti bahwa apabila terjadi peningkatan variabel tingkat suku bunga tabungan sebesar satu, maka akan menyebabkan meningkatnya minat menabung nasabah sebesar 0,273.
3. Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas dapat diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel produk tabungan sebesar 0,423 dan bertanda positif yang berarti bahwa apabila terjadi peningkatan variabel produk tabungan sebesar satu, maka akan menyebabkan meningkatnya minat menabung nasabah sebesar 0,423.
4. Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas dapat diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,188 dan bertanda positif yang berarti bahwa apabila terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar satu, maka akan menyebabkan meningkatnya minat menabung nasabah sebesar 0,188.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji statistik yang digunakan untuk uji normalitas data dalam penelitian ini adalah uji normalitas atau sampel *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan One- Sample *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig. (2- Tailed)* memiliki nilai sebesar 0,253 dimana nilai ini lebih besar dari 5% (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data kuesioner yang digunakan sudah berdistribusi normal.

Tabel 1 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1 (Constant)		
TSB	0,170	5,885
PK	0,169	5,900
KP	0,508	1,967

Hasil Uji Multikolonieritas yang disajikan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* berada diatas 0,10 dan nilai *VIF* dibawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat multikolonieritas.



Sumber : Hasil Uji Asumsi Klasik

Gambar 1 Grafik Scatterplot Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan di atas dapat diketahui bahwa, penyebaran titik-titik tersebut secara merata di bawah dan di atas angka nol. Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah *heterokedastisitas*.

Nilai *r* atau korelasi secara simultan adalah sebesar 0,944, apabila dihubungkan dengan interpretasi nilai korelasi menurut Sugiyono (2014) maka koefisien korelasi sangat kuat. Hal ini berarti terdapat hubungan berbanding lurus dan sangat kuat secara bersama-sama antara variabel bebas tingkat suku bunga tabungan, produk tabungan dan kualitas pelayanan dengan variabel terikat minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja.

Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *R square* yaitu sebesar 89,1%. Besarnya nilai koefisien determinasi pengaruh tingkat suku bunga tabungan, produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah. Nilai koefisien determinasi pengaruh tingkat suku bunga tabungan terhadap minat menabung nasabah secara parsial yaitu sebesar 25,3%, pengaruh produk tabungan terhadap minat menabung nasabah secara parsial yaitu sebesar 47,1% dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah secara parsial sebesar 16,7%. Ini berarti bahwa tingkat suku bunga tabungan mempengaruhi minat menabung nasabah sebesar 25,3%, produk tabungan mempengaruhi minat menabung nasabah sebesar 47,1% dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat menabung nasabah sebesar 16,7%. Sedangkan sisanya yaitu 10,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipergunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Uji T-Test

Model	T	Sig.
1 (Constant)	3.520	.001
TSB	2.962	.004
PK	5.392	.000
KP	3.980	.000

Sumber : Hasil Analisis Regresi

Hasil perhitungan di atas, maka dapat diketahui besarnya *t*-hitung untuk variabel tingkat suku bunga tabungan adalah sebesar 2,962, kemudian besarnya nilai *t*-hitung untuk variabel produk tabungan adalah sebesar 5,392 dan besarnya nilai *t*-hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 3,980.

Hasil perhitungan di atas maka didapat *F*-hitung > *F*-tabel, ($222,712 > 3,10$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti *Relationship Marketing*, kualitas layanan, kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Nilai koefisien determinasi pengaruh langsung antara variabel *Relationship Marketing* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari nilai *R square* yaitu sebesar 87,9%. Besarnya nilai koefisien determinasi pengaruh langsung variabel *Relationship Marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi pengaruh langsung variabel *Relationship Marketing* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial yaitu sebesar 63,8% dan

kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar sebesar 24,1%. Sedangkan sisanya yaitu 12,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipergunakan dalam penelitian ini.

Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square yaitu sebesar 88,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi pengaruh tidak langsung *Relationship Marketing*, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi pengaruh tidak langsung *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial yaitu sebesar sebesar 50,6%, pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial sebesar 23,3% dan pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial yaitu sebesar 14,9%. Ini berartibahwa *Relationship Marketing* mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sebesar 50,6%, kualitas pelayanan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sebesar sebesar 23,3% dan Kepuasan Pelanggan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sebesar 14,9%. Sedangkan sisanya yaitu 11,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipergunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Tingkat Suku Bunga Tabungan Terhadap Minat Menabung Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh tingkat suku bunga tabungan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja sebesar 0,273 dengan nilai korelasi sebesar 0,897 dan hasil pengujian hipotesis dengan uji t-test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2,962 > 1,666$). ini menunjukkan bahwa tingkat suku bunga tabungan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah.

Tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh suatu bank dalam upaya menarik minat nasabah untuk menabung dilakukan berbagai upaya. Salah satunya yaitu penetapan tingkat suku bunga tabungan yang dimiliki bank. Tingkat suku bunga yang ditetapkan bank akan berdampak terhadap perilaku nasabah bank. Bunga yang diberikan oleh bank kepada nasabah merupakan daya tarik bagi nasabah untuk melakukan penyimpanan uangnya di bank. Dalam dunia perbankan BPR Indra Candra menerapkan tingkat suku bunga tabungan yang sudah ditetapkan oleh pimpinan namun jenis tabungan yang diberikan kepada nasabah berbeda-beda sesuai dengan keinginan nasabah di awal, hal inilah yang menjadi salah satu yang membedakan antara bank BPR Indra Candra dengan bank yang lainnya. Bank BPR Indra Candra menetapkan tingkat suku bunga tabungan dengan jenis tabungan yang berbeda-beda yang diharapkan dapat menarik minat nasabah untuk menabung di bank BPR Indra Candra Singaraja. Namun 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 tabungan 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 (Tajul Khalwaty, 2000 : 144).

Hasil penelitian diatas didukung penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum (2015) mengatakan bahwa tingkat suku bunga tabungan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah dengan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, yaitu $2,281 > 1,984$ diterima pada taraf signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,025. Pendapat diatas juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2013) dalam penelitiannya mengatakan bahwa tingkat suku bunga tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,406 dan $t\text{-hitung}$ sebesar 4,394.

Pengaruh Produk Tabungan Terhadap Minat Menabung Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh produk tabungan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja sebesar 0,423 dengan nilai korelasi sebesar 0,919 dan hasil pengujian hipotesis dengan uji t-test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($5,392 > 1,666$), ini menunjukkan bahwa produk tabungan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung nasabah.

Produk tabungan adalah produk yang pasti ada di semua bank di Indonesia. Tabungan adalah salah satu jenis produk simpanan di bank yang sifatnya likuid (dapat dilakukan setor dan tarik tunai kapanpun waktunya). Sebagai salah satu bukti kepemilikan tabungan, maka nasabah akan mempunyai buku tabungan. Produk tabungan yang dimiliki suatu bank sangat menentukan minat menabung nasabah karena dengan berpariasinya produk tabungan yang dimiliki bank tentu akan memancing minat

nasabah untuk melakukan proses menabung pada suatu bank. Produk tabungan yang diberikan kepada para nasabah bank BPR Indra Candra Singaraja adalah tabungan plus, tabungan plus maxi, tabungan plus xtra, tabungan super, tabungan siswa-gsm, tabungan mapan, tabungan mapan emas dan tabungan famili 200. Dengan banyaknya produk tabungan yang dimiliki suatu bank maka akan mendorong nasabah untuk menyimpan dananya di bank dengan harapan mendapatkan apa yang sudah direncanakan nasabah sebelum mulai menabung.

Hasil penelitian di atas didukung penelitian yang dilakukan oleh Ayun (2018) mengatakan bahwa produk tabungan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah, dengan uji t yang menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($5,239 > 1,666$) dan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Pendapat di atas juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Rendi dkk. (2020), yang mengatakan bahwa produk tabungan berpengaruh terhadap minat menabung dilihat dari nilai uji t (parsial) ditunjukkan dengan hasil perhitungan t hitung $4,567 > 1,986$ dengan nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja memiliki nilai regresi sebesar 0,188 dengan nilai korelasi sebesar 0,763 dan hasil pengujian hipotesis dengan uji t-test didapatkan bahwa t-hitung $>$ t-tabel ($3,980 > 1,666$), ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung nasabah.

Kualitas pelayanan yang baik harus diberikan pegawai kepada seluruh nasabah bank, karena nasabah adalah sumber dari pendapatan suatu lembaga keuangan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan dan berperan penting yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk kembali menabung. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh bank guna memenuhi harapan nasabah. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pegawai yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan dan untuk mengetahui bagaimana perilaku nasabah dalam upaya untuk kepuasan para nasabah.

Dengan mengetahui perilaku nasabah, BPR Indra Candra Singaraja yang merupakan salah satu bank di Singaraja dapat menganalisis apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh para pegawainya terhadap nasabah yaitu dengan memberikan fasilitas dan tarif yang telah ditetapkan sebelumnya dapat diterima dengan baik oleh para nasabah. BPR Indra Candra Singaraja juga memberikan berbagai kemudahan pada nasabah melalui sistem online yang telah diterapkan di kantor BPR Indra Candra Singaraja dalam upaya memudahkan nasabah dalam proses menabung. Selain itu, BPR Indra Candra Singaraja juga berupaya memberikan pelayanan yang sangat optimal kepada para nasabah yang memiliki kepentingan dengan pihak bank, dengan demikian diharapkan nasabah BPR Indra Candra Singaraja akan terus meningkat dan minat nasabah untuk menabung nasabah di BPR Indra Candra Singaraja diharapkan juga akan meningkat sehingga BPR Indra Candra Singaraja akan tetap mampu bersaing dengan bank-bank lain baik swasta maupun nasional.

Hasil penelitian di atas didukung penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum (2015) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah dengan hasil analisis regresi memperoleh nilai t hitung $>$ t-tabel, yaitu $2,434 > 1,984$ diterima pada taraf signifikansi $<$ 0,05 yaitu 0,017. Pendapat di atas juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mahmudi, Ali. (2015) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

SIMPULAN DAN SARAN

Berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah dijelaskan di depan yaitu ingin mengetahui minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja serta memperhatikan hasil analisis pada Bab V, maka dapat disimpulkan bahwa (1) Tingkat suku bunga tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,962 > 1,666$) dengan tingkat signifikan $0,004 < 0,05$, (2) Produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($5,392 > 1,666$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, dan (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja dengan nilai t-hitung $>$ t-

tabel (3,980 > 1,666) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

Saran yang dapat diajukan adalah (1) Tingkat suku bunga tabungan, produk tabungan dan kualitas pelayanan yang dimiliki para pegawai sangat memberikan kontribusi untuk meningkatkan minat menabung nasabah. oleh karena itu, pihak manager Bank perlu melakukan upaya untuk meningkatkan kembali minat menabung nasabah atau masyarakat melalui tingkat suku bunga tabungan, produk tabungan dan kualitas pelayanan, (2) Hendaknya produk tabungan yang ditawarkan kepada para nasabah lebih bervariasi lagi untuk meningkatkan minat menabung nasabah, karena dengan semakin banyaknya produk tabungan yang ada akan secara otomatis menarik minat nasabah tersebut, (3) Penelitian ini dipergunakan untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga tabungan, produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah pada BPR Indra Candra Singaraja. Oleh karena itu, direkomendasi bagi peneliti berikutnya untuk menganalisis variabel lainnya dengan populasi yang berbeda.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali Mahmudi. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bmt Tumang Cabang Salatiga
- Arikunto, Suharsimi 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Arthesa, Ade dan Edia Handiman. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Assegaff, Mohammad. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10. No. 2. Juli. Unisulla Semarang. Semarang.
- Aw, Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ayun Sekar Widowati. 2018. Pengaruh Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah.
- Basrah Saidani dan Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1.
- Dani Syahrizal, 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorogo.
- E, Mumbi dan M, Makori. 2015. Influence of Employees Motivation on Organizational Performance in Government Ministries in Kenya: A Case of Ministry of Agriculture, Livestock and Fisheries, 2(86), 1119-1163. Retrieved from E- Journal Business and Change Management.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Hasibuan, Malayu S.P. 2011. *Dasar- Dasar Perbankan*. Cetakan Kesembilan. Jakarta : Bumi Aksara
- Hermawan, Rizka Andika. 2014. "Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Online (Namira Outlet)". Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
- Husmawanti. 2011. Pengaruh Suku Bunga Deposito Berjangka terhadap Jumlah Tabungan Deposito Berjangka pada P.T. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Sungguminasa di Kabupaten Gowa.
- Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama*, Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, Didik. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Wulandari .2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Tingkat Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Cabang Surakarta Tahun 2014. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lestari, Anis Dewi. 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang". Skripsi. Dipublikasikan (Online). Semarang: IAIN Wlisongo Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

(<http://eprints.walisongo.ac.id/1121/>, diakses 14 Februari 2015).

- Mawaddah, Atik. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank BNI Syariah (Studi Kasus Bank BNI Syariah Capem Plered Cirebon). Skripsi: Tidak Diterbitkan.
- Nugroho, Bhuono Agung. 2012. Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS. Jogjakarta: Andi
- Peter, J. P & Olson, J. C. 2003. Consumer Behavior and Marketing Strategy (4th ed). The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Rachmat Firdaus dan Maya Ariyanti. 2011. Pengantar Teori Moneter serta Aplikasinya Pada Sistem Ekonomi Konvensional dan Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Rendy Zulfikar Dwiantoro, Haryono, Nurul Imamah. 2020. Pengaruh Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.
- Sangadji. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2010. Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall
- Slameto. 2015. Belajar dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2015. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Tony Wijaya, Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013.
- TriAstuti dan Indah Mustikawati. 2013. "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah". Jurnal Nominal. Vol.2. No.1.