

Factors Influencing Customers' Decisions To Save At Bengkulu Bank, Manna South Bengkulu Branch

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan

Beny Pabela ¹⁾; Neri Susanti ²⁾; Nenden Restu Hidayah ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ bennypabela@gmail.com; ²⁾ nearysanti@gmail.com; ³⁾ nenden@unived.ac.id

How to Cite :

Pabela, B., Susanti, N., Hidayah, N, R. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan. JURNAL EMBA, 2 (1).

ARTICLE HISTORY

Received [20 Mei 2025]

Revised [25 Juni 2025]

Accepted [30 Juni 2025]

KEYWORDS

Service Quality, Interest Rates,
Banking Facilities and Promotions.

This is an open access article under the
[CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, suku bunga, fasilitas perbankan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Bengkulu cabang Manna Bengkulu Selatan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang nasabah yang menabung di Bank Bengkulu cabang Manna Bengkulu Selatan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai $Y = 0,581 + -0,063 (X1) + 0,19(X2) + -0,081 (X3) + 0,923 (X4)$ dengan arah regresi positif maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung, karena signifikan nilainya adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya, kualitas pelayanan, suku bunga, fasilitas perbankan dan promosi akan meningkatkan keputusan nasabah menabung di Bank Bengkulu cabang Manna Bengkulu Selatan. Kualitas pelayanan, suku bunga, fasilitas perbankan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung sehingga hipotesis awal yang diajukan terbukti (H_a diterima). Artinya, terdapat pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan, suku bunga, fasilitas perbankan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung secara bersama-sama. Koefisien determinasi R^2 adalah 0,91. Artinya, kualitas pelayanan, suku bunga, fasilitas perbankan dan promosi mempengaruhi keputusan nasabah menabung 78% sedangkan sisanya ($100 - 78\% = 22\%$) dipengaruhi oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, interest rates, banking facilities and promotions on customers' decisions to save at Bank Bengkulu, Manna South Bengkulu branch. The sample used in this research was 100 customers who saved at Bank Bengkulu, Manna Bengkulu Selatan branch. Data collection uses a questionnaire and the analysis methods used are validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and hypothesis testing. The results of this research show that the value of $Y = 0.581 + -0.063 (X1) + 0.197 (X2) + -0.081 (X3) + 0.923 (X4)$ with a positive regression direction means that service quality has a significant effect on customers' decisions to save, because the significant value is 0.000, which is smaller than 0.05. This means that the

quality of service will increase customers' decisions to save at Bank Bengkulu, Manna Bengkulu Selatan branch. Interest rates have a significant effect on customers' decisions to save at Bank Bengkulu Manna South Bengkulu branch because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. This means that the interest rate will increase customers' decisions to save at Bank Bengkulu, Manna Bengkulu Selatan branch. Banking facilities have a significant effect on customers' decisions to save at Bank Bengkulu Manna South Bengkulu branch because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. This means that banking facilities will increase customers' decisions to save at Bank Bengkulu, Manna Bengkulu Selatan branch. Promotion has a significant effect on customers' decisions to save at Bank Bengkulu Manna South Bengkulu branch because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. This means that the promotion will increase customers' decisions to save at Bank Bengkulu, Manna Bengkulu Selatan branch. Service quality, interest rates, banking facilities and promotions have a significant effect on customers' savings decisions so that the initial hypothesis proposed is proven (H_a is accepted). This means that there is a significant influence on service quality, interest rates, banking facilities and promotions on customers' decisions to save together. The coefficient of determination R^2 is 0.91. This means that service quality, interest rates, banking facilities and promotions influence customers' savings decisions 78% while the remainder ($100 - 22 = 78\%$) is influenced by other causal factors not examined in This study.

PENDAHULUAN

Perbankan memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian suatu daerah. Salah satu fungsi utama bank adalah menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan yang kemudian disalurkan kembali dalam bentuk kredit atau investasi. Tabungan menjadi salah satu produk utama perbankan yang menawarkan manfaat keamanan, kemudahan, dan keuntungan tambahan seperti bunga tabungan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu bank dalam menarik nasabah untuk menabung sangat dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi masyarakat. Keputusan nasabah untuk menabung di sebuah bank tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan finansial, tetapi juga oleh berbagai faktor lain. Beberapa faktor yang sering disebutkan dalam penelitian perbankan antara lain adalah kualitas pelayanan, suku bunga, fasilitas perbankan, promosi dan citra perusahaan. Masyarakat Bengkulu Selatan, dengan karakteristik ekonomi dan sosialnya, juga memiliki preferensi dan kebutuhan tertentu dalam memilih bank. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor spesifik yang memengaruhi keputusan mereka dalam menabung. Penelitian ini berusaha mengidentifikasi faktor-faktor tersebut dengan fokus pada kualitas pelayanan, suku bunga, fasilitas, dan strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Bengkulu Cabang Manna. Selain memberikan manfaat teoritis, penelitian ini juga memiliki manfaat praktis bagi manajemen Bank Bengkulu. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi yang lebih efektif dalam menarik minat nasabah. Dengan meningkatkan pemahaman terhadap preferensi nasabah, Bank Bengkulu diharapkan mampu meningkatkan jumlah nasabah tabungan, sehingga turut mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

Melalui penelitian ini, diharapkan juga dapat ditemukan langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan oleh Bank Bengkulu Cabang Manna untuk meningkatkan daya saingnya, baik terhadap bank nasional maupun lembaga keuangan lainnya yang beroperasi di wilayah Bengkulu Selatan. Hal ini menjadi penting mengingat semakin ketatnya persaingan di sektor perbankan yang menuntut setiap bank untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar. Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini berfokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Bengkulu Cabang Manna. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif,

penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai aspek-aspek yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan oleh pihak bank untuk menarik lebih banyak nasabah. Peran lembaga perbankan dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat sangat penting, terutama dalam menyediakan layanan penyimpanan dana melalui produk tabungan. Menabung di bank tidak hanya memberikan keamanan terhadap dana yang dimiliki, tetapi juga menawarkan berbagai manfaat seperti bunga tabungan, kemudahan transaksi, dan layanan tambahan seperti mobile banking atau internet banking. Bank Bengkulu, sebagai salah satu bank daerah, memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Provinsi Bengkulu, termasuk di wilayah Bengkulu Selatan. Bank Bengkulu Cabang Manna berupaya menarik minat masyarakat untuk menabung melalui berbagai strategi, seperti peningkatan kualitas pelayanan, pemberian suku bunga yang kompetitif, pengenalan produk tabungan baru, serta promosi yang intensif. Namun, meskipun upaya tersebut dilakukan, jumlah nasabah yang menabung di Bank Bengkulu Cabang Manna belum menunjukkan pertumbuhan yang signifikan jika dibandingkan dengan potensi ekonomi masyarakat di wilayah tersebut. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Keputusan nasabah untuk memilih menabung di sebuah bank dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas pelayanan, suku bunga, fasilitas perbankan, kepercayaan terhadap bank, serta promosi yang dilakukan oleh pihak bank. Jika faktor-faktor ini tidak dikelola dengan baik, hal tersebut dapat berdampak pada rendahnya tingkat kepercayaan dan minat masyarakat untuk menabung.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan oleh bank dapat memenuhi atau melebihi harapan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan nasabah dan mendorong mereka untuk memilih bank tersebut sebagai tempat menabung. Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Dalam konteks perbankan, kualitas pelayanan mencakup semua aspek layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah, mulai dari interaksi dengan teller, kemudahan penggunaan layanan e-banking, hingga proses penyelesaian masalah yang dialami oleh nasabah. Kualitas pelayanan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan memperkuat hubungan antara nasabah dan bank tersebut.

Suku Bunga

Suku bunga adalah biaya yang dikenakan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya atas penggunaan dana yang dipinjamkan atau disimpan. Dalam konteks tabungan, suku bunga mengacu pada imbalan yang diberikan oleh bank kepada nasabah atas dana yang disimpan dalam rekening tabungan atau deposito. Suku bunga ini biasanya dinyatakan dalam persentase tertentu per tahun, dan seringkali digunakan sebagai salah satu faktor penting dalam keputusan nasabah untuk memilih bank tempat mereka menabung. Menurut Mishkin (2007), suku bunga merupakan instrumen penting dalam kebijakan moneter yang mempengaruhi aktivitas ekonomi, termasuk keputusan konsumen untuk menabung dan berinvestasi. Bagi nasabah, suku bunga adalah insentif yang menggugah mereka untuk menabung lebih banyak, karena semakin tinggi suku bunga yang ditawarkan, semakin besar pula potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari simpanan mereka.

Fasilitas Perbankan

Fasilitas perbankan merujuk pada berbagai layanan dan kemudahan yang disediakan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi, menabung, atau mengelola keuangan mereka. Fasilitas ini mencakup berbagai produk dan layanan yang memudahkan nasabah

dalam mengakses, mengelola, dan memanfaatkan dana yang mereka simpan di bank. Fasilitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mempengaruhi keputusan mereka untuk menabung di bank tertentu. Menurut Kasmir (2016), fasilitas perbankan adalah sarana yang diberikan oleh bank untuk mempermudah nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan, baik berupa produk tabungan, fasilitas transaksi, hingga layanan informasi yang mendukung nasabah dalam pengelolaan keuangan mereka.

Promosi

Promosi adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan, dalam hal ini bank, untuk menarik perhatian nasabah, membangkitkan minat, dan memotivasi nasabah untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membuka rekening tabungan. Promosi dapat mencakup berbagai bentuk kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran terhadap produk, mempengaruhi sikap, serta merangsang nasabah untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan perbankan. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi adalah komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi audiens, baik dalam bentuk informasi, persuasi, atau pengingat mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Dalam konteks perbankan, promosi bertujuan untuk menarik lebih banyak nasabah untuk membuka rekening tabungan atau memilih produk tabungan tertentu.

Keputusan Nasabah Menabung

Keputusan nasabah untuk menabung merujuk pada proses mental dan perilaku yang dilakukan oleh individu ketika memutuskan untuk menyimpan uang atau dana mereka di bank dalam bentuk rekening tabungan. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal (seperti tujuan pribadi, kondisi finansial, dan perilaku keuangan) maupun eksternal (seperti promosi perbankan, kualitas layanan, dan tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh bank). Keputusan menabung bukan hanya berfokus pada keinginan untuk menyimpan uang, tetapi juga mencakup pertimbangan tentang bank mana yang paling sesuai dengan kebutuhan finansial nasabah. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), keputusan konsumen termasuk keputusan menabung, melibatkan serangkaian tahapan yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, serta keputusan akhir untuk memilih produk atau layanan yang terbaik. Keputusan nasabah adalah proses yang melibatkan pemikiran, pertimbangan, dan evaluasi untuk menentukan pilihan atas suatu produk atau layanan perbankan. Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan konsumen merupakan hasil dari proses pemecahan masalah yang melibatkan identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian. Dalam konteks perbankan, keputusan nasabah untuk menabung dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi terhadap manfaat menabung, kepercayaan terhadap lembaga perbankan, dan daya tarik produk tabungan yang ditawarkan. Nasabah biasanya mempertimbangkan aspek keamanan, kemudahan, keuntungan finansial, dan kualitas layanan sebelum memutuskan untuk menabung di suatu bank.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Jenis penelitian kausal digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara faktor-faktor tertentu dan keputusan nasabah. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif, regresi linear berganda dan nasabah yang menabung di Bank Bengkulu cabang Manna, Bengkulu Selatan, dalam periode tertentu. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih nasabah yang memenuhi kriteria tertentu, seperti pernah menabung dan mendapatkan kualitas pelayanan, suku

bunga, fasilitas perbankan dan promosi di Bank Bengkulu cabang Manna, Bengkulu Selatan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

penelitian ini akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi linear berganda) misalnya, maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen + dependen). Jadi karena penelitian ini terdiri dari 5 variabel, maka jumlah sampelnya adalah $10 \times 10 = 100$ responden. (Sugiyono, 2022). Metode analisis data ini digunakan dalam penelitian adalah analisis berganda. Regresi berganda berguna untuk meramalkan pengaruh dua variabel predicator atau lebih terhadap satu variabel kriterium atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y). analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh program diskon dan promosi terhadap keputusan pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F)

Berikut ini adalah hasil uji F, hasil uji f digunakan untuk mengetahui apakah model dalam penelitian telah layak untuk digunakan.

Tabel 1 Uji Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.005	4	41.751	243.254	.000 ^b
	Residual	16.305	95	.172		
	Total	183.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung
b. Predictors: (Constant), Promosi, Suku Bunga, Fasilitas Perbankan, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah, 2025

Jika nilai signifikan 0.05 maka H_0 ditolak. Jika nilai signifikan > 0.05 maka H_0 diterima. Analisis lebih lanjut mengenai pengujian hipotesis atau tidak, yang mana model dikatakan layak apabila nilai signifikan $\leq 0,05$ dan model tidak layak untuk analisis selanjutnya bila nilai signifikansi > 0.05 . berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} 243.254 > F_{tabel} 2,31$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai probilitasnya.

Tabel 2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.581	.878		.662	.510
	Kualitas Pelayanan	-.063	.042	-.064	-1.483	.141
	Suku Bunga	.197	.031	.215	6.437	.000
	Fasilitas Perbankan	-.081	.037	-.091	-2.171	.032
	Promosi	.923	.043	.961	21.274	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber : Data diolah, 2025

Jika nilai signifikansi 0.05 maka H_0 ditolak jika nilai signifikan > 0.05 maka H_0 diterima. Dari tabel di atas diperoleh nilai signifikansi masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan nasabah menabung (Y) Bank Bengkulu dengan nilai sig sebesar $-1.483 < 0,05$ dan t_{hitung} dan t_{tabel} ($-0,064 > 0,1661$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X_1 berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Y.
2. Terdapat pengaruh suku bunga (X_2) terhadap keputusan nasabah menabung (Y) Bank Bengkulu dengan nilai sig sebesar $6.437 < 0,05$ dan t_{hitung} dan t_{tabel} ($0,215 > 0,1661$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X_2 berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Y.
3. Terdapat pengaruh fasilitas perbankan (X_3) terhadap keputusan nasabah menabung (Y) Bank Bengkulu dengan nilai sig sebesar $-2.171 < 0,05$ dan t_{hitung} dan t_{tabel} ($-0,091 > 0,1661$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X_3 berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Y.
4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_4) terhadap keputusan nasabah menabung (Y) Bank Bengkulu dengan nilai sig sebesar $21.274 < 0,05$ dan t_{hitung} dan t_{tabel} ($0.961 > 0,1661$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X_4 berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Y.

Pembahasan

Manajemen sumber daya manusia dapat diartikan sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia-manusia yang dapat didayagunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai satu tujuan. Oleh karena itu, sumber daya manusia merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari manajemen suatu organisasi. Kegunaannya untuk meningkatkan kontribusi orang pada organisasi dengan cara-cara yang strategis, etis dan sosial serta dapat dipertanggungjawabkan untuk mencapai tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan sebesar 0,141 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana layanan yang diberikan oleh suatu organisasi memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Bank Bengkulu Cabang Manna sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Pelatihan bagi karyawan dalam hal komunikasi dan pelayanan pelanggan dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah.

Pengaruh Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan

Terdapat pengaruh suku bunga (X_2) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan sebesar 0,00 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Berdasarkan hasil Suku bunga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank. Dalam konteks Bank Bengkulu Cabang Manna, suku bunga dapat berperan sebagai insentif bagi nasabah untuk menyimpan uang mereka. Untuk menarik lebih banyak nasabah, bank perlu mempertimbangkan untuk menawarkan suku bunga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan bank lain. Hal ini dapat

menjadi daya tarik utama bagi nasabah yang ingin mendapatkan imbal hasil yang lebih baik dari tabungan mereka.

Pengaruh Fasilitas Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Bengkulu Cabang Manna, Bengkulu Selatan

Terdapat pengaruh fasilitas perbankan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan sebesar 0,032 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Fasilitas perbankan merujuk pada berbagai layanan dan infrastruktur yang disediakan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Fasilitas ini dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Bengkulu Cabang Manna. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Deko Pranata (2023) Universitas Dehasen Bengkulu yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bengkulu KCP Kepahiang Bank Bengkulu KCP Kepahiang menemukan bahwa menyediakan berbagai jenis tabungan seperti Tabungan Simpeda,

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan

Terdapat pengaruh promosi (X_4) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan sebesar 0,000 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Bengkulu Cabang Manna, Bengkulu Selatan Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh bank untuk menarik perhatian nasabah dan mendorong mereka untuk menabung. Di Bank Bengkulu Cabang Manna, promosi dapat berperan penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah. Promosi yang berkelanjutan, seperti program loyalitas atau reward bagi nasabah yang aktif menabung, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa dihargai melalui promosi akan lebih cenderung untuk tetap menabung dan merekomendasikan bank kepada orang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan sebesar 0,141 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y).
2. Terdapat pengaruh suku bunga (X_2) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan sebesar 0,00 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y).
3. Terdapat pengaruh fasilitas perbankan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan sebesar 0,032 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y).
4. Terdapat pengaruh promosi (X_4) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) Di Bank Bengkulu Cabang Manna Bengkulu Selatan sebesar 0,000 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y).

Saran

1. Bank Bengkulu Cabang Manna sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Pelatihan bagi karyawan dalam hal komunikasi dan pelayanan pelanggan dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah.
2. Untuk menarik lebih banyak nasabah, bank perlu mempertimbangkan untuk menawarkan suku bunga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan bank lain. Hal ini dapat menjadi daya tarik utama bagi nasabah yang ingin mendapatkan imbal hasil yang lebih baik dari tabungan mereka.
3. Bank sebaiknya terus mengembangkan fasilitas perbankan, seperti layanan digital (mobile banking dan internet banking) yang lebih user-friendly, serta memperluas jaringan ATM untuk memudahkan akses nasabah dalam melakukan transaksi.
4. Bank perlu merancang strategi promosi yang lebih menarik dan inovatif untuk menarik perhatian nasabah. Penawaran khusus untuk nasabah baru, program loyalitas, dan kampanye pemasaran yang melibatkan komunitas dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Syukron, H. 2024. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di BANK Syariah. Universitas Islam Negeri Maulanan Malik Ibrahim. Malang
- Annisa, N.A. 2024. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di BANK Syariah. Universitas Islam Negeri Salatiga. Salatiga.
- Arianto. (2018). Kualitas Pelayanan. Repository STEI.
- Bank Indonesia. (2020). Definisi Menabung. Jakarta.
- Deko, P. 2023. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di BANK Bengkulu KCP Kepahiang. Universitas Dehasen Bengkulu. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review.
- Hasan, A. (2018). Promosi. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Kasmir. (2016). Fasilitas Perbankan. <http://repository.unsil.ac.id>
- Karona C.S, T Irwanto, Erlin P. 2019. "Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Griya B IB Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu." Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review.
- Kotler & Armstrong. (2017). Promosi. Pearson Education.
- Kotler & Keller. (2016). Keputusan Konsumen. Pearson Education.
- Kotler & Keller. (2016). Promosi. Pearson Education.
- Lupiyadi. (2013). Promosi. Salemba Empat. Bukukita Belbuk.methods for business.
- Mankiw, N. G., & Miskhin, F. S. (2007). Ekonomi makro (Alih bahasa: Haris Munandar). Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, D. (2008). Mandiri Belajar SPSS. Yogyakarta: Mediakom.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Consumer behavior (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Suftrayati & Fanny Nailufar. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Bank Syari'ah di Kota Banda Aceh. Universitas Serambi Mekkah.