

Publiser

**Graduate Program Universitas Galuh Master Manajemen Studies Program**

©2017

 **PENGARUH STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG**

# (Studi Kasus pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut)

Diar Suherli Muharam1, Enas2, Ferey Herman3

Universitas Galuh1,2,3

*e-mail :*

[*diar.suherli@gmail.com1*](mailto:aseppurkon123321@gmail.com1)*,*

[*enas.email@gmail.com2*](mailto:enas.email@gmail.com2)*,*

*fereyunigal@gmail.com3*

***Article History (font 10 pt.***

***Times New Roman italic) :***

*Recieved dd/mm/yy Recieved in revished form dd/mm/yy*

*Acepted dd/mm/yy Available offline dd/mm/yy Available online dd/mm/yy*

***Language Transcript :***

*Indonesia*

*English (foreign Author)*

***Abstract –*** *Latar belakang penelitian ini adalah keputusan menabung nasabah BNI Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut masih perlu ditingkatkan, mengingat keputusan merupakan akhir dari sebuah perlakuan, sehingga dapat menentukan keberhasilan suatu program atau ide. Dengan demikian maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh strategi promosi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut? Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut? Bagaimana pengaruh strategi promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut? Sedangkan metode yang diginakan adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode explanatory research. Hasil penlitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap strategi promosi produk tabungan, cenderung baik, begitu juga dengan keputusan menabung. Terdapat pengaruh yang signifikan dari strategi promosi produk tabungan terhadap keputusan menabung. Artinya jika strategi promosi produk tabungan meningkat, maka akan diikuti oleh peningkatan keputusan menabung. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan cenderung baik, begitu juga dengan keputusan menabung. Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat, maka akan diikuti oleh peningkatan keputusan menabung. Tanggapan responden terhadap strategi promosi produk dan kualitas pelayanan cenderung baik, begitu juga dengan keputusan menabung. Terdapat pengaruh yang signifikan dari strategi promosi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat, maka akan diikuti oleh peningkatan keputusan menabung*

***Key Words :*** *Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Menabung*

# INTRIDUCTION

Keputusan merupakan sebuah proses pendekatan terhadap penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penelitian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen (Keller, 2009: 184). Menurut Swasta dan Irawan dalam Fahrudin dan Yulianti (2015:55) keputusan menabung adalah pemahaman nasabah tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambilan keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah pembelian

Dalam upaya menarik keputusan nasabah untuk berkeinginan menabung di bank dilakukan berbagai strategi perusahaan antarannya dengan promosi, lokasi yang strategis dan kualitas layanan. Kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi dalam bidang perbankan menjadikan lembaga keuangan semakin aktif untuk bersaing agar lembaga keuangan tersebut tetap bertahan. Kegiatan utama pihak perbankan di samping menyalurkan dana juga menghimpun dana, sedangkan lembaga keuangan lainnya lebih diarahkan kepada penyaluran dana-nya saja (Kasmir, 2019:9).

Menabung dapat dijadikan sebuah investasi bagi kebayakan masyarakat pada saat ini, mingingat kebutuhan yang beragam dari setiap orang. Menabung dapat menjadi sarana seseorang dalam memenuhi kebutuhan mereka, baik kebutuhan yang bersifat telah direncanakan maupun yang terjadi secara mendadak. Menabung pada era ini dirasa cukup penting mengingat kebutuhan yang kadang datang tanpa adanya perencanaan.

Salah satu lembaga keuangan yang menampung dana masyarakat dalam bentuk tabungan adalah bank. Bank adalah salah satu lembaga yang ikut andil dan terjun dalam menyikapi hal semacam ini. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan (Kasmir, 2019:9). Tetapi tidak semua orang sadar akan pentingnya menabung, sehingga diperlukan beberapa factor yang dapat menarik keputusan masyarakat untuk menabung. Bank BNI juga menawarkan berbagai macam produk tabungan diantaranya yaitu (1) Taplus. (2) Taplus Bisnis, (3)Taplus Muda, (4)Tapenas, (5)Taplus Anak, (6) Taplus Bisnis Non Perorangan, (8)Tabunganku, dan (9)Tappa 5000.

Pada survei yang dilakukan oleh Top Brand, selama 5 tahun berturut-turut Bank BNI selalu mendapatkan peringkat pertama dibandingkan dengan bankbank lain hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan menabung di Bank BNI sangatlah tinggi dibandingkan dengan bank-bank lain seperti Bank BRI, Bank BJB, dan Bank Mandiri. Bank BNI mendapatkan prosentase seperti Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1

Jumlah Tabungan pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk

Kabupaten Garut

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahun | Jumlah Tabungan | Peningkatan |
| 2016 | 7320 |  |
| 2017 | 10223 | 2903 |
| 2018 | 15634 | 5411 |
| 2019 | 19736 | 4102 |
| 2020 | 21360 | 1624 |
| 2021 | 27447 | 6087 |

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa Keputusan menabung nasabah pada Bank BNI sejak tahun 2016-2021) dilihat dari jumlah tabungan mengalami penambahan dari tahun ketahunnya, tetapi peningkatan yang terjadi mengalami fluktuasi. Di tahun 2020 peningkatan yang terjadi hanya 1624 nasabah lebih rendah di banding tahun sebelumnya, dan peningkatan jumlah nasabah tertinggi terjadi di tahun 2021 Peningkatan dan penurunan jumlah tabungan tampak sebagaimana dalam grafik berikut.

Grafik 1.1

Peningkatan Jumlah Tabungan tahun 2016-2021

Hal tersebut tentunya dapat dipengaruhi oleh berbagai hal seperti promosi yang dilakukan Bank BNI yang sangat menarik, dan kualitas Layanan yang memberikan kepuasan kepada nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk menentukan keputusan menabung.

Dalam mencari strategi perusahaan perbankan yang terbaik perlu diketahui apa yang berpengaruh besar terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank BNI. Hal tersebut menumbuhkan keinginan untuk mengetahui faktor apa yang berpengaruh besar terhadap pencapaian Bank BNI selama beberapa tahun ini yaitu jika ditinjau dari segi Promosi, dan Kualitas Layanan.

Promosi yang dilakukan bank menjadi sarana penting untuk memperkenalkan produk apa yang telah dimiliki bank kepada nasabah sehingga nasabah mengenal lebih jauh produk-produk yang ditawarkan bank. Promosi adalah cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual (Keller, 2009: 184).

Hubungan promosi dengan keputusan adalah promosi meningkatkan angka penjualan. Pada umumnya jika angka penjualan sudah tinggi maka kegiatan promosi akan dikurangi. Promosi dapat dilakukan dengan cara memperkenalkan produk-produk baru sehingga mendorong para nasabah untuk tertarik dengan produk atau jasa yang kita tawarkan pada saat kegiatan tersebut dilaksanakan.

Sedangkan kualitas layanan juga memiliki hubungan yang erat dengan keputusan nasabah menyimpan dananya di bank. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Dalam jangka panjang, memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan nilai simpanan nasabah di bank dengan memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

# THE METHOD

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode explanatory research. Secara definisi explanatory research yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa yang dirumuskan atau sering kali disebut sebagai penelitian penjelas. Penelitian ini memiliki tingkat yang tinggi karena tidak hanya mempunyai nilai mandiri maupun membandingkan tetapijuga berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan juga mengontrol suatu gejala dengan pendekatan kuantitatif. (Singarimbun, , 2015: 68).

Sedankan metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang memiliki tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan digeneralisasikan. (Sugiyono, 2014: 121).

Jika pendapat di atas dikaitkan dengan pelaksanaan penelitian, berarti penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh strategi promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung Nasabah BNI KCP Pameungpeuk.

# RESULT AND DISCUSSION

1. **Hasil Penelitian Variabel Strategi Promosi Produk Tabunga**n

Promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan dan mengenalkan produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan pada target pemasarannya. promosi merupakan sebagai salah satu kegiatan marketing mix yang merupakan kegiatan yang sangat penting, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Dalam promosi bank dituntut untuk mempromosikan produk dan jasanya yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan harap nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank merupakan menginformasikan produknya yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh PT Bank BNI Cabang Pamengungpeuk, maka di lakukan pengumpulan data melalui kuesioner dengan hasil sebagaimana dalam rekapitulasi Strategi Promosi Produk Tabungan.

Rekapitulasi Tanggapan Responden

Terhadap Variabel Strategi Promosi Produk Tabungan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Uraian | Hasil maksimal | Hasil perolehan | Persentasi | Kriteria |
| 1. | Memberikan informasi |  |  |  |  |
|  | * + - * 1. Strategi promosi yang digunakan bersifat memberikan informasi | 500 | 284 | 56,8 | Cukup |
|  | * + - * 1. Strategi promosi yang digunakan mampu membuat orang yang tidak tau menjadi tahu | 500 | 396 | 79,2 | Baik |
|  | * + - * 1. Strategi promosi yang di gunakan mampu menarik minat nasabah baik baru maupun lama | 500 | 388 | 77,6 | Baik |
| 2. | Mempengaruhi |  |  |  |  |
|  | Strategi promosi yang di gunakan mampu mempengaruhi calon nasabah | 500 | 370 | 74 | Baik |
|  | Strategi promosi yang di gunakan mampu mmpengaruhi nasabah lama | 500 | 398 | 79,6 | Baik |
|  | Strategi promosi yang digunakan mampu mempegarui nasabah untuk bergabun | 500 | 406 | 81,2 | Sangat Baik |
|  | Mengingatkan kepada pelanggannya tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan |  |  |  |  |
|  | * 1. Strategi promosi yang di gunakan mampu Mengingatkan kepada pelanggannya tentang perusahaa | 500 | 391 | 78,2 | Baik |
|  | * 1. Strategi promosi yang di gunakan mampu Mengingatkan kepada pelanggannya tentang produk yang ditawarka | 500 | 393 | 78,6 | Baik |
|  | * 1. Strategi promosi yang di gunakan mampu menambah pegetahuan calon nasabah baru | 500 | 390 | 78 | Baik |
|  | * 1. Strategi promosi yang di gunakan mampu menambah pegetahuan nasabah yang telah lama bergabung | 500 | 403 | 80,6 | Sangat baik |
|  | Jumlah |  | 3.819 | 763,8 |  |

Berdasarlam tabel di atas diketahui bahwa strategi promosi produk tabungan, sudah termasuk kategori baik, dimana perolehan nila keseluruhan dari tanggapan responden mencapai rata-rata 394.9. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan tersebut jika di persentasikan mencapai 76,38%. Dengan demikian maka jelas bahwa tanggapan responden terhadap variabel tersebut termasuk kategori baik.

1. **Kualitas Pelayanan pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut**

Kualitas pelayanan publik merupakan totalitas dari kemampuan pihak penyelenggara pelayanan dalam memberikan layanan akan produk (barang atau jasa) maupun layanan administrasi kepada pelanggan/masyarakat, yang dapat memenuhi kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan berdasarkan kesesuaian dengan harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan/ masyarakat. Hasil pengumpulan data mengenai kualitas pelayanan oleh bank BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut tampak sebagaimana dalam rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan Tabungan.

Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Uraian | Hasil maksimal | Hasil perolehan | Persentasi | Kriteria |
| 1. | *Tangibel* (Berwujud Fisik) |  |  |  |  |
|  | Fasilitas sarana dan prasarana pelayanan | 500 | 388 | 77,6 | Baik |
|  | Kenyamanan tempat melakukan pelayanan | 500 | 387 | 77,4 | Baik |
| 2. | *Reliability* (Kehandalan) |  |  |  |  |
|  | * 1. Kemampuan petugas menyampaikan pelayanan secara jelas | 500 | 400 | 80 | Baik |
|  | * 1. Keahlian petugas dalam memberikan pelayanan | 500 | 392 | 78,4 | Baik |
| 3. | *Responsiveness* (Respon/Ketanggapan) |  |  |  |  |
|  | 1. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan | 500 | 370 | 74 | Baik |
|  | 1. Kecermatan dan ketepatan waktu petugas dalam melayani pelanggan | 500 | 398 | 79,6 | Baik |
| 4. | *Assurance* (Jaminan) |  |  |  |  |
|  | * + - * 1. Jaminan kemudahan prosedur pelayanan | 500 | 392 | 78,4 | Baik |
|  | * + - * 1. Jaminan kepastian waktu penyelesaian pelayanan | 500 | 380 | 76 |  |
| 5. | Emphaty (Empati) |  |  |  |  |
|  | Petugas melayani dengan sikap ramah | 500 | 389 | 77,8 | Baik |
|  | Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan) | 500 | 407 | 81,4 | Sangat baik |
|  | Jumlah |  | 3934 |  |  |

Berdasarlam tabel di atas diketahui bahwa kualitas pelayanan, sudah termasuk kategori baik, dimana perolehan nila keseluruhan dari tanggapan responden mencapai rata-rata 393.4 Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan tersebut jika di persentasikan mencapai 79%. Dengan demikian maka jelas bahwa tanggapan responden terhadap variabel tersebut termasuk kategori baik

**3. Variabel Keputusan Menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut**

Keputusan menabung merupakan suatu proses dimana nasabah menentukan pilihannya dengan membuat keputusan menggunakan salah satu produk tabungan yang di keluarkan BNI. Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan menabung dari nasabahnya secara penuh yaitu semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan, dan bahkan menyinggirkan produk. Proses pembelian telah dimulai jauh sebelum pembelian sebenarnya dan berdampak pada konsekuensi pada waktu setelahnya. Untuk mengetahui keputusan menabung nasabah Bank BNI tampak sebagaimana dalam rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel keputusan menabung.

Rekapitulasi Tanggapan Responden

Terhadap Variabel Keputusan Menabung

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Uraian | Hasil maksimal | Hasil perolehan | Persentasi |
|  | Pearson |  |  |  |
|  | 1. Keputusan nasabah untuk menabung di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut disebabkan karena penawaran yang diberikan pegawai menarik | 500 | 388 |  |
|  | 1. Keputusan nasabah untuk menabung di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut disebabkan pegawainya ramah | 500 | 363 |  |
|  | 1. Keputusan nasabah untuk menabung di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut disebabkan ketertarikan terhadap kemampuan pegawainya meyakinkan nasabah | 500 | 379 |  |
| 2. | process |  |  |  |
|  | Nabah memutuskan menabung karena prosesnya muda | 500 | 396 |  |
|  | Proses menabung pada Bank BNI dapat di selesaikan segera | 500 | 383 |  |
|  | Persyaratan yang diperlukan tidak berbelit belit | 500 | 396 |  |
| 3. | Physical |  |  |  |
|  | Nasabah memnutuskan untuk menabung karena Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut memiliki ruangan yang nyaman | 500 | 388 |  |
|  | Nasabah memnutuskan untuk menabung karena Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut memiliki pegawai yang ramah | 500 | 370 |  |
|  | Nasabah memutuskan untuk menabung karena Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut memiliki Fasilitas yang menunjang | 500 | 398 |  |
|  | Nasabah memutuskan untuk menabung karena pegawai Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut memiliki kemampuan yang mempuni dibidangnya | 500 | 392 |  |
|  | Jumlah |  | 3884 |  |
|  | Rata-rata |  | 388.4 |  |

Berdasarlam tabel di atas diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel keputusan menabung, sudah termasuk kategori baik, dimana perolehan nila keseluruhan dari tanggapan responden mencapai rata-rata 388.4. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan tersebut jika di persentasikan mencapai 79%. Dengan demikian maka jelas bahwa tanggapan responden terhadap variabel tersebut termasuk kategori baik.

PEMBAHASAN

* + - 1. **Analisis Pengaruh Strategi Promosi Produk Tabungan terhadap Keputusan Menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut**

Berdasarkan hasil penelitian di ketahui bahwa tanggapan responden terhada[ strategi promosi produk tabungan, yang dilakukan oleh BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut, termasuk kategori baik. Perolehan nilai yang dicapai dari tanggapan responden tersebut mencapai rata-rata 394.9. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan tersebut jika di persentasikan mencapai 80%. Dengan demikian maka jelas bahwa tanggapan responden terhadap variabel tersebut termasuk kategori baik.

Korelasi variabel strategi promosi produk tabungan dengan keputusan menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut sebesar 0.785 pada tingkat signifikansi 0.000. Sedangkan nilai koefisien determinasi (KD) atau R2 (*Adjusted* *R Square*) sebesar 0.617, menunjukkan bahwa besarnya pengaruh strategi promosi produk tabungan terhadap keputusan menabung sebesar 61.7%, sedangkan sisanya sebesar 38.3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sementara itu hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa strategi promosi produk tabungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Hal ini di buktingan dengan hasil perhitungan uji t dimana t hitung lebih besar dri t tabel. Dengan demikian maka hasilnya signifikan.

Putri Andri Yani. Dalam penlitiannya yang berjutul Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Studi Pada Bri Syariah Kantor Cabang Kedotan Bandar Lampung), diperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh dalam pengambilan keputusan minat nasabah. Jadi, variable promosi berpengaruh secara persial dan signifikan terhadap minat calon nasabah pada tabungan impian IB BRI Syariah. Dan variable kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan berpengaruh dalam pengambilan keputusan minat nasabah.

* + - 1. **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut**

Kualitas pelayanan, sudah termasuk kategori baik, dimana perolehan nila keseluruhan dari tanggapan responden mencapai rata-rata 393.4 Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan tersebut jika di persentasikan mencapai 79%. Dengan demikian maka jelas bahwa tanggapan responden terhadap variabel tersebut termasuk kategori baik.

Strategi kualitas pelayanan dengan keputusan menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut sebesar 0.812 pada tingkat signifikansi 0.000. Sedangkan nilai koefisien determinasi (KD) atau R2 (*Adjusted* *R Square*) sebesar 0.659, menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung sebesar 61.7%, sedangkan sisanya sebesar 38.3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sementara itu hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Hal ini di buktingan dengan hasil perhitungan uji t dimana t hitung lebih besar dri t tabel. Dengan demikian maka hasilnya signifikan.

Iin Mandasari, hasil penelitiannya yang berjudul Promosi DanKualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Syariah Cabang Cirebon, menunjukkan hasil bahwa faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Syariah cabang Cirebon adalah kualitas pelayanan dengan tingkat.

* + - 1. **Analisis Pengaruh strategi promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada BNI Kantor Cabang Pembantu Pameungpeuk Kabupaten Garut**

Tanggapan responden terhadap variabel keputusan menabung, sudah termasuk kategori baik, dimana perolehan nila keseluruhan dari tanggapan responden mencapai rata-rata 388.4. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan tersebut jika di persentasikan mencapai 79%. Dengan demikian maka jelas bahwa tanggapan responden terhadap variabel tersebut termasuk kategori baik

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS untuk variabel X1, dan X2 terhadap variabel Y sebesar 0.875 dan koefisien determinasi R2 (R Square) sebesar 0.765, berarti bahwa strategi promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan menabung sebesar 76.50%, sedangkan sisanya sebesar 23.5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil perhitungan uji f menunjukkan bahwa f hitung belih besar dari f tabel, artinya strategi promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan menabung Kepuasan nasabah

Asti Dwi Putri dalam penelitiannya yang berjudul Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Bsm Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang PembantuSimpang Patal Palembang, memperoleh hasil keputusan menabung bisa dijelaskan oleh dua variabel independen dalam penelitian yaitu promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-samaSedangkan 18,4% sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini yang merupakan kontribusi dari variabel bebas selain kedua variabel dalam penelitian.

# CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Tanggapan responden terhadap strategi promosi produk tabungan, cenderung baik, begitu juga dengan keputusan menabung. Hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari strategi promosi produk tabungan terhadap keputusan menabung. Artinya jika strategi promosi produk tabungan meningkat, maka akan diikuti oleh peningkatan keputusan menabung.
2. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan cenderung baik, begitu juga dengan keputusan menabung. Hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat, maka akan diikuti oleh peningkatan keputusan menabung.
3. Tanggapan responden terhadap strategi promosi produk dan kualitas pelayanan cenderung baik, begitu juga dengan keputusan menabung. Hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari strategi promosi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat, maka akan diikuti oleh peningkatan keputusan menabung.

**REFERENCE**

Asti Dwi Putri 2016. Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Bsm Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simpang Patal Palembang,

Fahrudin dan Yulianti. 2015 *Manajemen sumber daya manusia .* Jakarta: Prenada

Habibah, N. F. (2020). Tantangan dan Strategi Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Covid-19. *I q t i s h o d i a H*, *2*.

Ihsan Effendi, P. H. R. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, *20*, *No. 2*, 221–230.

Ihsanuddin. (2020). *9 Kebijakan Ekonomi Jokowi di Tengah Pandemi Covid-19: Penangguhan Cicilan hingga Relaksi Pajak*. 26 Maret. <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/26/07412441/9-kebijakan-ekonomi-jokowi-di-tengah-pandemi-Covid-19-penangguhan-cicilan?page=all>

Iin Mandasari, hasil penelitiannya yang berjudul Promosi DanKualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Syariah Cabang Cirebon.

Kasmir, 2019 *Manajemen pemasaran .* Jakarta: Raja grafindo .

Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1.* Jakarta: Erlangga

Putri Andri Yani. 2015. Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Studi Pada Bri Syariah Kantor Cabang Kedotan Bandar Lampung)

Singarimbun, M. d. .2015. *Metode Penelitian Survei (Editor ), LP3ES, Jakarta.* Jakarta: LP3ES

Sugiyono. 2014. *Metode penelitian kualittaif dan Kuantitatfif RD.* Bandung: Alfabeta.