

## INTISARI

### **HUBUNGAN PERSEPSI NASABAH TENTANG TINGKAT SUKU BUNGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN LOKASI DENGAN MINAT MENABUNG NASABAH**

**Dentie Aulina Poetri Izdihari**

**13/SV/344578/03093**

Bank merupakan lembaga keuangan yang berperan penting sebagai lembaga intermediasi. Bank menghimpun dana dari pihak ketiga berupa giro, deposito, tabungan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit. Tabungan merupakan sumber dana terbesar dari pihak ketiga yang dimiliki oleh BRI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap minat menabung pada Bank BRI.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji Korelasi Spearman. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dari sumber data primer (kuesioner). Sampel yang digunakan sebanyak 60 orang nasabah yang menabung di BRI.

Hasil penelitian Uji Korelasi Spearman, menunjukkan bahwa variabel yang paling erat berhubungan erat dengan minat menabung nasabah adalah variabel promosi, diikuti dengan variabel produk, lokasi, kualitas pelayanan, dan tingkat suku bunga yang paling lemah berhubungan dengan minat menabung nasabah adalah variabel lokasi.

**Kata Kunci:** Tingkat suku bunga, promosi, kualitas pelayanan, produk, dan lokasi Minat nabung nasabah, analisis uji Korelasi Spearman

## **ABSTRACT**

### ***THE CORRELATION BETWEEN THE CUSTOMERS PERCEPTION ON INTEREST RATE, PROMOTION, QUALITY OF SERVICE, PRODUCT, AND LOCATION AND CUSTOMERS INTEREST TO SAVING***

**Dentie Aulina Poetri Izdihari**

***13/SV/344578/03093***

*Bank is a financial institution that plays an important role as an intermediation institution. Bank collects funds from the third party in the form of Giro, Deposits, and Savings and distributes the funds in the form of credits. Saving is the largest funding source from the third party owned by BRI. The purpose of this research is to find out the customers perception with the interest to saving in Bank BRI.*

*The method used in this research is Spearmans Correlation test analysis. The sampling was conducted by using simple random sampling from the primary data (questionnaire). The sample used was 60 customers who have savings in BRI.*

*The results of Spearmans Correlation Test showed that the most correlated variable with the customers interest to saving is promotion, followed by product, quality of service, and interest rate. The least correlated variable with the customers interest to saving is location.*

**Keywords:** *Interest Rate, Promotion, Quality of Service, Product, And Location, Customers Interest to Saving, Spearmans Correlation Test Analysis*