

**PENGARUH KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA AMAN, DAN
AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT MENABUNG
NASABAH BANK MANDIRI DI NGAWI**

SKRIPSI

Oleh:
SITA ANANDA MARSELIA
NIM : G73218066



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SURABAYA
2022**

PENGARUH KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA AMAN, DAN
AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH BANK
MANDIRI DI NGAWI

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu
Manajemen

Oleh :

SITA ANANDA MARSELIA
NIM : G73218066

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SURABAYA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Sita Ananda Marsela
NIM : G73218066
Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Mandiri di Ngawi

Dengan sungguh – sungguh menyatakan bahwa skripsi ini serta secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 21 Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Sita Ananda Marsela

NIM. G73218066

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Sita Ananda Marsela NIM. G73218066 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 21 Juni 2022

Pembimbing



Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.
NIP. 198612132019032009

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Sita Ananda Marsela NIM. G73218066 ini telah dipertahankan di depan sidang Majlis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, 14 Juli 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Manajemen.

Majlis Munaqosah Skripsi:

Pengaji I

Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.
NIP. 198612132019032009

Pengaji II

Deasy Tantriana, M.M.
NIP. 198312282011012009

Pengaji III

Muhammad Saifuddin, M.S.M.
NIP. 198603132019031011

Pengaji IV

Riska Ayu Setiawati, S.E., M.S.M.
NIP. 199305032019032020

Surabaya, 14 Juli 2022

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. Sarajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sita Ananda Marsela
NIM : G73218066
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen
E-mail address : sita.ananda5174@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Mandiri di Ngawi

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juli 2022

Penulis

(Sita Ananda Marsela)

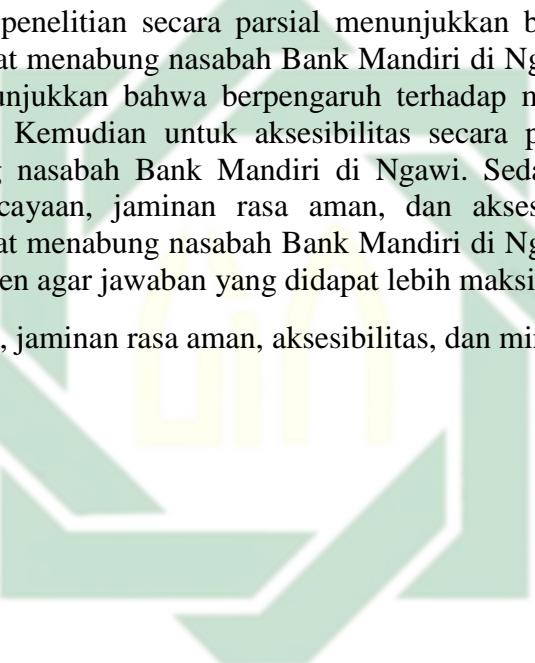
ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Mandiri di Ngawi” merupakan hasil penelitian kuantitatif tujuannya untuk menjawab pertanyaan mengenai pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung di Bank Mandiri Ngawi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan responden sebanyak 170 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan alat bantu SPSS 21.0. Analisis data yang digunakan regresi linier berganda yang terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi. Untuk jaminan rasa aman secara parsial menunjukkan bahwa berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi. Kemudian untuk aksesibilitas secara parsial juga berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi. Sedangkan pengujian secara simultan diketahui kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi. Peneliti selanjutnya dapat memperluas responden agar jawaban yang didapat lebih maksimal.

Kata Kunci : kepercayaan, jaminan rasa aman, aksesibilitas, dan minat menabung.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	28
C. Kerangka Konseptual.....	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel Penelitian	36
D. Variabel Penelitian.....	38
E. Definisi Operasional	39

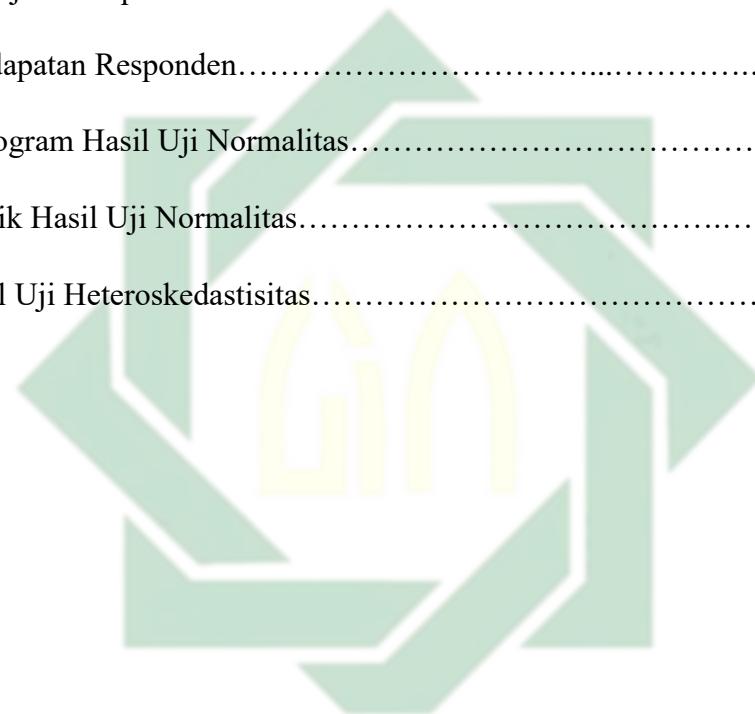
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas.....	41
G. Jenis data dan sumber data.....	41
H. Teknik Pengumpulan Data.....	42
I. Teknik Analisis Data.....	43
1. Uji Asumsi Klasik	43
2. Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	49
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	49
1. Profil dan Lokasi Perusahaan.....	49
2. Karakteristik Responden	52
B. Analisis Data.....	55
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
2. Uji Asumsi Klasik	59
3. Uji Hipotesis.....	64
BAB V PEMBAHASAN	71
A. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi 71	
B. Pengaruh jaminan rasa aman terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi	74
C. Pengaruh aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi 76	
D. Pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.....	79
BAB VI PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bank di Kabupaten Ngawi.....	9
Tebel 1.2 Top Brand Award Kategori Produk Tabungan.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	38
Tabel 3.2 Skala Instrumen.....	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1).....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan Rasa Aman (X2).....	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas (X3).....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y).....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabelitas.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokolerasi.....	63
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.9 Uji T Parsial.....	67
Tabel 4.10 Uji F Simultan.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	49
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	52
Gambar 4.3 Usia Responden.....	53
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden.....	54
Gambar 4.5 Pendapatan Responden.....	55
Gambar 4.6 Histogram Hasil Uji Normalitas.....	61
Gambar 4.7 Grafik Hasil Uji Normalitas.....	61
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan berkembang sangat pesat, namun juga diiringi oleh persaingan yang ketat. Adanya persaingan yang ketat tersebut menimbulkan perbankan berlomba untuk menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Bank dapat disebut berhasil jika bisa menjaga keamanan dana yang dititipkan oleh masyarakat. Bank juga harus mampu memberikan sumbangan terhadap perkembangan perekonomian nasional. Hal tersebut bisa dilakukan dengan baik jika bank memperoleh keuntungan yang memadai.

Perkembangan bank di Indonesia ditandai oleh meningkatnya kompetensi dan keunggulan dalam melayani nasabah agar tidak kalah saing dengan pesaing dari sektor yang sama. Bank merupakan salah satu sektor usaha bidang jasa yang berorientasi pada laba. Selain itu, kondisi perbankan di Indonesia sudah mengalami peningkatan yang cukup baik. Dalam menjalankan kegiatannya, bank kini sudah lebih profesional. Bank yang menerapkan manajemen resiko menjadi lebih waspada dan hati-hati terhadap kemungkinan resiko yang terjadi, baik resiko yang dapat diprediksi (*predictable risk*) ataupun resiko yang tidak dapat diprediksi (*unpredictable risk*).¹

¹ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 1.

Perilaku konsumen adalah sebuah proses dinamis yang melibatkan perilaku konsumen individu, kelompok maupun masyarakat yang selalu mengalami perubahan.² Keberhasilan usaha perbankan dipengaruhi bagaimana bank dapat memahami perilaku nasabah dan bagaimana bank dapat memuaskan nasabah. Kepuasan nasabah secara individu sulit untuk dicapai karena keberagaman keinginan nasabah, diperlukan suatu pendekatan untuk mendapatkan solusi yang optimal. Persaingan dalam dunia perbankan juga bukan merupakan hal yang baru dalam dunia pemasaran, karena persaingan utamanya adalah mendapatkan calon nasabah yang potensial dan mempertahankan nasabah yang ada.

Bank telah menawarkan berbagai macam produk dan layanan. Hal tersebut menimbulkan perbedaan kebutuhan calon nasabah. Dalam situasi seperti ini, calon nasabah harus memahami apa yang mereka butuhkan sebelum mengambil keputusan mana produk dan layanan yang akan mereka pilih. Diperlukan adanya skala prioritas, kesepakatan mengenai jangka waktu, pembandingan pilihan satu dengan yang lainnya mana yang lebih penting, serta melakukan pertimbangan untuk memperoleh keputusan yang efektif.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat yang berbentuk simpanan kemudian disalurkan kepada masyarakat dalam wujud kredit atau lainnya untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan menurut SK Menteri Keuangan RI No. 792 tahun 1990, bank adalah suatu badan usaha yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada

² Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Di Era Internet*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 5.

masyarakat yang memiliki fungsi memperlancar lalu lintas pembayaran. Jadi, bank adalah suatu lembaga keuangan yang tujuan pokoknya memberikan jasa-jasa maupun kredit dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.³

Menurut Kasmir, bank yang memiliki kegiatan utama untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan mendistribusikan dana tersebut dalam wujud pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan pinjaman.⁴ Usaha memperlihatkan keunggulan yang sehat antar bank dijadikan sebagai salah satu unsur untuk mendorong peningkatan efisiensi. Kondisi seperti ini tentunya tidak mudah, karena dalam sisi lain, Indonesia mengalami krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 di tahun 2020 yang dampaknya sangat besar bagi dunia perbankan, karena banyak nasabah yang menarik dananya kembali untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Apabila dibandingkan dengan krisis ekonomi pada tahun 2008 lalu, krisis ekonomi tahun 2020 terbilang lebih parah.⁵

Kondisi likuiditas perlu mendapatkan perhatian saat pandemi Covid-19. Beberapa sektor ekonomi, seperti manufaktur, perdagangan, dan jasa mulai mengalami masalah, sehingga diperkirakan tidak bisa lagi membayar kewajibannya ke perbankan. Meskipun era *new normal* telah ditetapkan, namun masih memerlukan waktu untuk berjalan normal sebelum adanya pandemi, sehingga akan mempengaruhi likuiditas perbankan. Situasi seperti ini bank tidak lagi memberikan keuntungan bagi masyarakat malah

³ Ibid., 22.

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 29.

⁵ Tegar Arief, "Manakah Lebih Parah, Dampak COVID-19 Atau Krisis 2008? Ini Faktanya", *Bisnis.Com*, (01 April 2020), 1.

sebaliknya, bank menambah beban masyarakat dengan segala permasalahannya.

Bank Mandiri merupakan salah satu bank konvensional milik BUMN. Bank Mandiri terus berupaya untuk menambah kepercayaan masyarakat dan menumbuhkan minat menabung bagi masyarakat dengan melakukan segala macam strategi agar dapat menghimpun dana dari masyarakat. Dikutip dari portal berita Koran BUMN Info, Strategi yang dilakukan seperti integrasi bisnis *wholesale* dan ritel dengan memaksimalkan potensi *value chain* pada ekosistem nasabah *wholesale*, mengoptimalkan potensi bisnis di wilayah sektor unggulan serta sektor yang pulih lebih cepat (pulih dari Covid-19), dan mengakselerasi digital dengan mengembangkan solusi digital, perbankan proses, modernisasi, *channel*, serta peningkatan kapasitas *core banking*.⁶

Dikutip dari portal berita Kompas, prestasi Bank Mandiri salah satunya yaitu menjadi bank terbaik versi *Global Finance World's Best Bank* tahun 2020. Bank Mandiri berhasil mengalahkan berbagai bank nasional lain dengan realisasi kinerja 2019 yang mengesankan. Laba bersih dan aset Bank Mandiri sepanjang tahun lalu berhasil tumbuh sebesar 10%. *Global Finance World's* juga mengamati keberhasilan Bank Mandiri yang berhasil menerbitkan surat utang jangka menengah atau global MTN terbesar yang pernah diraih oleh bank di Indonesia pada tahun 2019, yaitu sebesar 750 juta dollar AS. Kinerja positif Bank Mandiri didukung oleh program digitalisasi dan sinergi dengan

⁶ Tim BUMN Info, "5 Strategi Bisnis Bank Mandiri Hadapi Persaingan Bisnis Digital", *BUMN Info*, 9 September 2021, 1.

anak perusahaan dibidang lain, seperti perbankan syariah, *multifinance*, asuransi, dan ceruk perusahaan.⁷

Bank Mandiri selalu berupaya untuk meningkatkan berbagai layanan digital banking untuk menghadapi perubahan perilaku nasabah dalam bertransaksi selama pandemi Covid-19. Bank Indonesia menyebutkan bahwa nilai transaksi digital pada kuartal I dan II pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 39,39% secara year on year (yoY) menjadi 17.901,76 triliun. Bank Mandiri meningkatkan layanan melalui fitur layanan hingga berbagai program dan promosi untuk meningkatkan kepercayaan nasabah lama dan menarik nasabah baru.

Adanya Pandemi Covid-19 di Indonesia membuat Bank Mandiri melakukan inovasi demi kemudahan dan kenyamanan nasabah dan calon nasabahnya. Kini Bank Mandiri melayani pembukaan rekening yang dapat dilakukan secara online tanpa perlu datang ke kantor cabang. Dikutip dari portal berita Kompas, jika ingin membuka rekening online Bank Mandiri nasabah harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan. Langkah selanjutnya adalah mengunjungi laman web <https://join.bankmandiri.co.id/>, kemudian memenuhi persyaratan yang ada. Bank Mandiri juga menyampaikan bahwa nasabah lama juga dapat melakukan pembukaan rekening online, caranya dengan melakukan verifikasi tabungan dan PIN kartu debit atau kredit terlebih dahulu.⁸

⁷ Rully R. Ramli, "Bank Mandiri Jadi Bank Terbaik Di Indonesia Versi Global Finance", *Kompas*, (16 Mei 2021), 1.

⁸ Mutia Fauzia, "Cara Buka Rekening Bank Mandiri Online, Tanpa Perlu Ke Kantor Cabang", *Kompas*, (26 September 2021), 1.

Perjalanan Bank Mandiri untuk menjadi bank terbaik tidak melulu berjalan dengan mulus. Disamping prestasi yang diraih, Bank Mandiri juga sempat mengalami berbagai masalah. Dikutip dari portal berita Cermati, Bank Mandiri mengalami eror berupa perubahan saldo nasabah kasus tersebut terjadi pada 20 Juli 2019, ada nasabah yang saldoanya berkurang, bertambah, bahkan menjadi nol. Dilansir dari detik.com, Direktur Utama Bank Mandiri Kartika Wirjoatmodjo menjelaskan bahwa kasus tersebut terjadi karena adanya gangguan sistem IT Bank Mandiri saat melakukan tutup buku di proses akhir ketika di-*backup*. Menurut Rohana Hafas selaku *Corporate Secretary* Bank Mandiri, nasabah yang menjadi korban perubahan saldo hanya 10% dari total keseluruhan nasabah atau 1,5 juta yang tersebar di Indonesia, nasabah yang menjadi korban tidak terpilih berdasarkan kriteria apapun, kasus ini murni karena acak pada sistem. Bank Mandiri meminta maaf atas ketidaknyamanannya, juga dengan sigap melakukan normalisasi saldo kepada semua yang menjadi korban pada hari itu juga.⁹

Dikutip dari portal berita Kompas, Asrizal selaku nasabah Bank mengatakan bahwa sebelum ia melakukan transaksi dan menyadari uangnya raib, ia sempat melakukan pengecekan saldo di hari yang sama (6/2/2021) saldo rekeningnya masih utuh yaitu sebesar 128 juta. Saat ia hendak melakukan pengambilan uang secara tunai di ATM ternyata saldo rekeningnya tinggal Rp 0. Setelah datang ke kantor cabang Bank Mandiri, dari data hasil rekening koran yang diterima terdapat dua kali transaksi transfer, korban mengaku tidak melakukan transaksi tersebut. *Corporate Secretary* Bank

⁹ Aufi Ramadhania Pasha, "Belajar Dari Kasus Bank Mandiri. Nasabah, Lakukan Ini Saat Sistem Bank Eror", *Cermati*, (24 Juli 2021), 1.

Mandiri Rudi As Atturidha menyatakan bahwa transaksi yang terjadi adalah transaksi yang sah dengan Kartu Mandiri Debit dengan PIN yang sesuai. Berdasarkan hasil rekaman pengaduan *call center* Bank Mandiri, pihak bank menduga korban terkena modus penukaran kartu debit dan penguasaan PIN, sebab kartu debit yang dipegang nasabah berbeda dengan yang terdaftar di Bank Mandiri. Di sisi lain, kartu debit yang dipakai untuk transaksi tidak lagi dipegang oleh nasabah.¹⁰

Penilaian masyarakat terhadap bank dipengaruhi oleh bagaimana mereka dapat memaknai produk bank atau pelayanan yang diperoleh. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Bari'ah, Abidin & Nurtjahjanti terdapat beberapa nasabah mempunyai rekening pada dua bank yang berbeda.¹¹ Perilaku menabung nasabah yang seperti itu akan membuat kedua belah pihak bank mengalami kerugian. Kerugian tersebut berupa perolehan dana untuk membiayai kegiatan operasional bank dengan dana yang bersumber dari masyarakat luas tidak terhimpun secara utuh, melainkan harus berbagi dengan bank lainnya. Survei lain menyatakan, masyarakat yang tinggal di pedesaan dan bermata pencaharian sebagai petani kurang tertarik untuk menabung di bank. Mereka menggunakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan modal bercocok tanam lagi di musim depan.

Dalam menyikapi bermasalah ini, penulis berupaya untuk mencari alasan mengapa nasabah memiliki dua rekening bank yang berbeda dan mengapa masyarakat tidak tertarik untuk menabung di bank. Bank Mandiri

¹⁰ Mutia Fauzia, "Kronologi Lengkap Uang Nasabah Bank Mandiri Hilang Rp 128 Juta", *Kompas*, (22 May 2021), 1.

¹¹ Bari'ah, Zaenal Abidin, dan Harlina Nurtjahjanti, "Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank Dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Ungaran", *Psikologi*, (Universitas Diponegoro, Semarang, 2009), 4.

akan terus berupaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah melalui pembentukan kepuasan nasabah setelah menggunakan produknya. Komitmen yang tinggi dapat diusahakan apabila nasabah merasa puas, yakin, dan memiliki jaminan untuk menggunakan layanan suatu bank. Nasabah yang merasa puas akan menjadi nasabah yang loyal, sedangkan nasabah yang tidak puas akan berpindah pada bank lain.

Berdasarkan pada uraian tersebut, untuk meningkatkan loyalitas nasabah dalam meningkatkan minat menabungnya, maka bank harus meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank. Bank juga harus meningkatkan jaminan rasa aman yang menyangkut penilaian nasabah terhadap bermacam risiko yang bisa terjadi oleh nasabah terkait dengan uang yang ditabung. Kemudian untuk jaminan rasa aman, bank Mandiri telah menjaminkan dana simpanan nasabah kepada Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yang telah diamanatkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 24 tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan. Isi dari amanat tersebut adalah “setiap bank yang melakukan kegiatan usaha di wilayah Republik Indonesia wajib menjadi peserta penjaminan LPS”.¹² Dengan adanya aturan yang sudah ditetapkan tersebut mampu memberikan jaminan rasa aman kepada nasabah.

Menurut *website* responsi bank, dari segi aksesibilitas juga berpengaruh terhadap kenaikan aplikasi tabungan di Bank Mandiri, saat ini Bank Mandiri didukung oleh 139 kantor cabang dan 2.304 kantor cabang pembantu yang beroperasi di seluruh Indonesia, 7 kantor cabang luar negeri, dan 11 anak

¹² Lembaga Penjamin Simpanan, "Kewajiban Bank Peserta - Lembaga Penjamin Simpanan", dalam <https://lps.go.id/kewajiban-bank-peserta>, diakses pada 21 Juni 2021 pukul 09.49 WIB.

perusahaan.¹³ Juga didukung oleh 145 payment point, 59 kas mobile, 27 kas mobile mikro, dan jaringan ATM sebanyak 18.291. Ketersediaan fasilitas-fasilitas penunjang tersebut dapat dijadikan sarana penunjang dalam bertransaksi, tentunya nasabah juga akan merasa puas dan akan terus menggunakan jasa bank tersebut.

Berikut adalah data jumlah bank yang ada di Kabupaten Ngawi:

Tabel 1.1

Daftar Bank di Kabupaten Ngawi

Nama Bank	Jumlah
Bank BRI	1 Kantor Cabang 9 Kantor Unit
Bank Mandiri	1 Kantor Cabang 4 Kantor Cabang Pembantu
Bank BNI	1 Kantor Cabang Pembantu (Kantor Cabang Utama terdapat di Kota Madiun)
Bank BTN	5 Kantor Kas (Kantor Cabang Utama terdapat di Kota Madiun)
Bank BCA	1 Kantor Cabang Pembantu (Kantor Cabang Utama terdapat di Kota Madiun)
Bank Jatim	1 Kantor Cabang 8 Kantor Cabang Pembantu 4 Kantor Kas

¹³ Responsi Bank, "Bank Mandiri|Responsi Bank", dalam <https://responsibank.id/banks/bank/bank-mandiri/>, diakses pada 21 Juni 2021 pukul 09.58 WIB.

Dalam *Top Brand Award* terdapat kategori *Banking & Finance*. Kategori *Banking & Finance* terbagi lagi menjadi beberapa jenis seperti produk tabungan, tabungan syariah, *fintech* pembiayaan/*online financing*, tabungan junior, tabungan daerah, tabungan berjangka, dana pensiun, kartu kredit, kartu *prepaid*, produk deposito, KPR bank, asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi mobil, *leasing* mobil, leasing motor, dan leasing elektronik, *furniture*, dll.¹⁴

Tabel 1.2

Top Brand Award tahun 2019-2022 Kategori Produk Tabungan

Top Brand 2019		Top Brand 2020		Top Brand 2021		Top Brand 2022	
PRODUK TABUNGAN		PRODUK TABUNGAN		PRODUK TABUNGAN		PRODUK TABUNGAN	
BRAND	TBI 2019	BRAND	TBI 2020	BRAND	TBI 2021	BRAND	TBI 2022
Tahapan BCA	31,4%	TOP	Tahapan BCA	32,9%	TOP	Tahapan BCA	31,6%
BRI BritAma	26,5%	TOP	BritAma	23,7%	TOP	BritAma	21,7%
BRI Simpedes	11,6%	TOP	Simpedes	10,1%	TOP	Simpedes	10,3%
BNI Taplus	9,4%		BNI Taplus	9,2%		Tabungan Mandiri	8,9%
Tabungan Mandiri	9,0%		Tabungan Mandiri	7,3%		BNI Taplus	8,6%

* Kategori online dan offline

* Kategori online dan offline

Sumber: Website Top Brand Tahun 2019, 2020, 2021, dan 2022

Berdasarkan data diatas, produk Tabungan Mandiri tidak masuk dalam kategori 3 besar *Top Brand Award*. *Top Brand Award* untuk kategori produk tabungan tahun 2019 menunjukkan Tabungan Mandiri sebesar 9,0%. Tabungan Mandiri berada di urutan ke lima setelah Tahapan BCA sebesar 31,4%, BRI BritAma sebesar 26,5%, BRI Simpedes 11,6%, dan BNI Taplus

¹⁴ Top Brand Award, "Top Brand Award 2022", dalam <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>, diakses pada 21 Juni 2021 pukul 11.00 WIB.

9,4%. Pada tahun berikutnya 2020, Tabungan Mandiri masih menduduki peringkat 5 besar dengan persentase 7,3% sedangkan *Top Brand Award* masih dipegang oleh Tahapan BCA sebesar 32,9%. Di tahun 2021, Tabungan Mandiri menduduki urutan keempat dengan persentase 8,9%. Ditahun ini yakni 2022, Tabungan Mandiri menduduki tiga besar *Top Brand* dengan persentase sebesar 11,5% sementara peringkat pertama masih dipegang oleh Tahapan BCA.

Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini adalah dari penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fuad Azhar tahun 2016 dengan judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah, sedangkan jaminan rasa aman tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Kasihan Yogyakarta.

Penelitian lain yang mendukung penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto tahun 2014 dengan judul “Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Danamon di Surabaya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai **“Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan**

Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Mandiri di Ngawi”.

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas, penulis menuliskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi?
2. Apakah faktor kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi?

C. Tujuan Penelitian

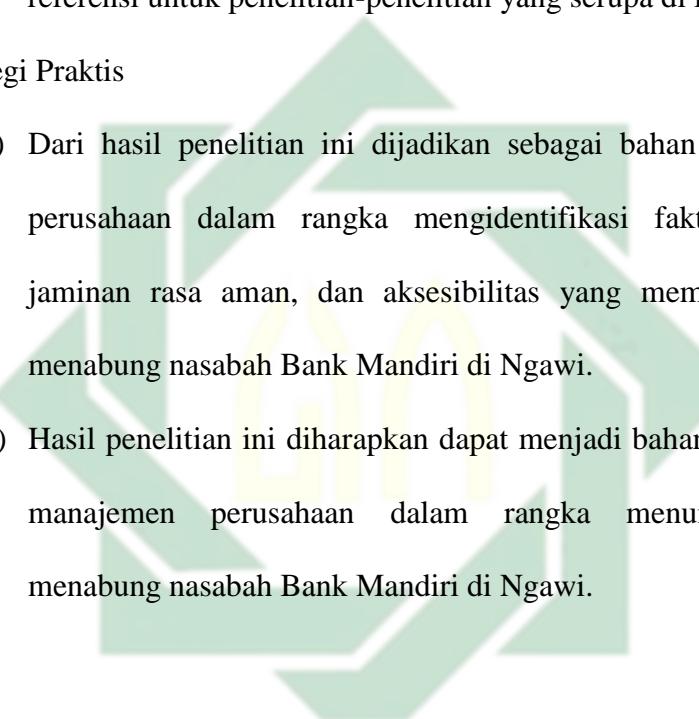
Dari rumusan masalah yang disebutkan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.
2. Menganalisis faktor kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

D. Manfaat Penelitian

1. Segi Teoritis

- a) Dari hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh variabel kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.
 - b) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian-penelitian yang serupa di kemudian hari.
2. Segi Praktis
- a) Dari hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan informasi untuk perusahaan dalam rangka mengidentifikasi faktor kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas yang mempengaruhi minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.
 - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk manajemen perusahaan dalam rangka menumbuhkan minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepercayaan

a. Pengertian kepercayaan

Menurut Lewicki R.J dan Wiethoff , kepercayaan adalah kemauan atau keinginan seseorang untuk bertindak yang didasari kata-kata, tindakan, dan keputusan orang lain.¹⁵ Menurut Mowen dan Minor, kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaat.¹⁶ Sedangkan menurut Sangadji dan Sopiah, kepercayaan merupakan kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut, dan manfaat jika kepercayaan konsumen tinggi maka hubungan antara konsumen dengan perusahaan baik.¹⁷

Dari pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa, kepercayaan nasabah adalah pengetahuan nasabah mengenai objek, atribut dan manfaatnya. Atas dasar konsep tersebut, pengetahuan nasabah berkaitan dengan pembahasan sikap, sebab pengetahuan nasabah merupakan kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah berhubungan

¹⁵ Morton Deutsch, Peter T. Coleman, dan Eric C. Marcus, *Conflick Resolution Theory and Practice*, (San Fransisco: Jossey-Bass, 2006), 87.

¹⁶ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 116.

¹⁷ Eta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), 197.

dengan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki bermacam atribut dan manfaat dari bermacam atribut tersebut.¹⁸

Untuk membangun kepercayaan dalam diri nasabah, pihak bank harus melakukan beberapa pendekatan. Menurut Griffin berikut pendekatan, diantaranya:¹⁹

- 1) Nasabah akan mempercayai seseorang yang menunjukkan sikap hormat dan apa yang diucapkannya.
- 2) Nasabah akan mempercayai perusahaan jika perusahaan mendengarkan dan membantu masalahnya.
- 3) Jika banyak nasabah yang memberitahukan keluhannya, maka kepercayaan nasabah tersebut tinggi.

b. Indikator kepercayaan

Dalam menciptakan kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah merupakan hal utama bagi terbentuknya rasa kepercayaan nasabah terhadap bank. Dari tingkat kepercayaan yang terbentuk antara pihak bank dan nasabah, maka kemungkinan besar bisnis perbankan yang dijalankan akan mudah tercipta lebih intensif antara nasabah dan pihak bank, mengingat bahwa pihak bank harus membentuk rasa kepercayaan yang tinggi terhadap nasabahnya supaya nasabah merasa yakin dan

¹⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Graha Indonesia, 2011), 165-166.

¹⁹ Masro Atul Fuadah, "Pengaruh Jaminan Rasa Aman, E-Banking, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BNI Syariah Kota X" (Skripsi--Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019), 21-22.

aman apabila menabung uangnya di bank tersebut. Berikut adalah beberapa indikator kepercayaan:²⁰

- 1) Terciptanya hubungan yang baik antara nasabah dengan pihak bank
- 2) Pihak bank mampu membangun rasa kepercayaan nasabah
- 3) Pihak bank memberikan jaminan atas rasa aman terhadap simpanan nasabah di bank

Sedangkan menurut Zidmund dalam Tumbel, terdapat lima indikator kepercayaan, antara lain:²¹

- 1) Pelayanan terbaik
 - 2) Konsisten
 - 3) Lengkap
 - 4) Bernilai
 - 5) Menepati janji
- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan

Demi mempertahankan hubungan baik dengan nasabah, bank perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat membuat nasabah tersebut percaya. Salah satu kejadian dalam perbankan adalah pembobolan akun. Karena banyaknya kejadian melalui internet, bank

²⁰ Widhi Diyah Ariyanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank CIMB NIAGA SYARIAH Di Surabaya" (Skripsi--Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya, 2015), 16-17.

²¹ Altje Tumbel, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan", *LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 3 (2016), 67.

harus berusaha melindungi akun nasabahnya. Faktor-faktor yang harus diperhatikan, antara lain:²²

- 1) Keamanan (*security*), yaitu bank dapat menjamin keamanan sistem informasi, resiko kehilangan data atau informasi rendah, dan resiko pencurian (hacking) rendah.
- 2) Kerahasiaan (*privacy*), yaitu data dan informasi nasabah terjamin kerahasiaannya dan tidak ada pihak lain yang mengetahuinya.

d. Hubungan kepercayaan terhadap minat menabung

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yohana Nesya Setyawan dan Edwin Japarianto 2014 dengan judul Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Danamon. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ahmad Fuad Azhar 2016 dengan judul Analisis Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank BRI.

2. Jaminan Rasa Aman

a. Pengertian jaminan rasa aman

²²Sauca Ananda Pranidana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik BCA" (Skripsi--Universitas Diponegoro, Semarang, 2011) 20.

Menurut Parasuraman jaminan adalah karyawan harus membuat konsumen percaya terhadap perusahaan, kemudian perusahaan menciptakan rasa aman kepada konsumennya.²³ Menurut Krochin, aman adalah terhindar dari bahaya dan gangguan serta terhindar dan terlindungi dari perasaan takut.²⁴ Sedangkan menurut M. Nur Rianto, Jaminan rasa aman adalah perilaku yang dapat dipercaya, sehingga nasabah yakin bahwa transaksi yang dilakukan benar dan tepat sasaran.²⁵ Keamanan merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh pihak bank, karena bank adalah usaha yang berjalan atas dasar kepercayaan antara pihak bank dengan nasabah. Rasa aman merupakan kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan dasar. Bank harus mampu memenuhi rasa aman terhadap nasabah, supaya nasabah berminat dengan produk yang ditawarkan oleh bank. Menurut Kasmir, salah satu kebutuhan nasabah bank adalah kebutuhan rasa aman berhubungan dengan bank.²⁶

Berikut merupakan pandangan yang timbul dalam diri masyarakat, antara lain:²⁷

- 1) Risiko fungsional, yaitu berhubungan mengenai kinerja suatu produk yang tidak berfungsi semestinya.

²³ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 149.

²⁴ Ahmad Fuad Azhar, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI Di Yogyakarta", (Yogyakarta, 2016), 4.

²⁵ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

²⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 65.

²⁷ Sri Wahyuning Tias, "Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, Dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syari'ah (Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)" (Skripsi--UIN Raden Intan Lampung, 2018), 59-60.

- 2) Risiko fisik, yaitu berhubungan mengenai bahwa suatu produk dapat menimbulkan bahaya fisik tertentu.
- 3) Risiko finansial, yaitu perasaan ragu dalam diri konsumen akan manfaat dari produk tidak sebanding dengan biaya yang sudah dikeluarkan untuk mendapatkannya.
- 4) Risiko sosial, yaitu perasaan khawatir akan produk yang dipakainya akan menuai respon negatif dari orang-orang di sekitarnya.

Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), LPS adalah lembaga independen yang fungsinya menjamin simpanan nasabah di perbankan Indonesia. Berikut bentuk perlindungan dari LPS, antara lain:²⁸

- 1) Penggantian kepada nasabah karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin dialami nasabah karena terjadinya peristiwa yang tidak pasti.
- 2) Membayarkan pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta dengan manfaat yang besarnya sudah ditetapkan dan berdasarkan pengelolaan data.

b. Indikator jaminan rasa aman

Menurut Parasuraman, jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontrak personal untuk mengilangkan rasa keraguan dalam diri konsumen dan

²⁸ Lembaga Penjamin Simpanan, "Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 Tentang LPS. Dalam https://www.lps.go.id/uu_perpu/-/asset_publisher/Z2kn/content/undang-undang-no-24-tahun-2004-tentang-lembaga-penjamin-simpanan, diakses pada 21 June 2021 pukul 10.00 WIB.

merasa bebas dari segala resiko dan bahaya.²⁹ Menurut Parasuraman dalam Setyawan dan Japariantto beberapa indikator yang membentuk jaminan rasa aman, antara lain:

- 1) Kompetensi (*competence*)
- 2) Kesopanan (*courtesy*)
- 3) Kredibilitas (*credibility*)
- 4) Keamanan (*security*)³⁰

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi jaminan rasa aman

Faktor yang membuat seseorang merasa aman, antara lain:

- 1) Faktor lingkungan, yaitu memiliki peran besar yang mana setiap orang sepanjang hidupnya perlu berinteraksi dengan orang lain dan juga ada pengaruh dari adat istiadat, kebiasaan, dan peran dalam kehidupan bermasyarakat.
 - 2) Faktor hubungan sosial, yaitu dalam kehidupan sehari-hari dihadapkan untuk menjalin hubungan yang baik hingga akhir hidupnya karena hubungan antara individu dengan orang lain akan memberikan dampak untuk kebutuhan psikis baik secara positif ataupun negatif.³¹
- d. Hubungan jaminan rasa aman terhadap minat menabung

²⁹ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 51.

³⁰ Yohana Nesya Setyawan dan Japarianto Edwin, "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, No. 2 (2014), 2.

³¹ Sri Wahyuning Tias, "Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, Dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syari'ah (Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)" (Skripsi--UIN Raden Intan, Lampung, 2018), 62.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fuad Azhar 2016 dengan judul Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank BRI. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yohana Nesy Setyawan dan Edwin Japarianto 2014 dengan judul Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Danamon.

3. Aksesibilitas

a. Pengertian aksesibilitas

Menurut Bambang Sutantono, aksesibilitas adalah akses layanan kebutuhan untuk melakukan perjalanan. Aksesibilitas harus disediakan oleh pemerintah terlepas dari digunakannya transportasi yang disediakan untuk masyarakat.³² Menurut Sammeng, aksesibilitas adalah kemudahan seseorang untuk berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain meskipun jaraknya dekat maupun jauh.³³ Sedangkan menurut Wang dan Wang aksesibilitas adalah layanan untuk menentukan perilaku konsumen karena menyangkut kemudahan untuk mendapat sebuah pelayanan. Aksesibilitas juga “*acess involved approachability*

³² C.S.T Kansil, *Hukum Tata Negara Republik Indonesia*, (Jakarta: Rhineka Cipta, 2000), 216.

³³ Andi Sammeng, *Cakrawala Pariwisata*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 36.

and ease of contact". Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan aksesibilitas merupakan kemudahan untuk berbagai kepentingan seperti memahami objek, mendapatkan informasi tertentu, dan berinteraksi.³⁴

b. Indikator aksesibilitas

Aksesibilitas dapat diukur melalui indikatornya. Menurut Soekadji menyatakan beberapa indikator aksesibilitas sebagai berikut:³⁵

- 1) Akses informasi, yaitu adanya informasi yang memadai akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi, informasi tersebut berupa publikasi dan promosi.
- 2) Akses kondisi jalan, yaitu akses menuju bank dapat dilalui menggunakan transportasi umum, hal ini merupakan salah satu syarat penting untuk objek pelayanan.
- 3) Tempat akhir perjalanan, yaitu tersedianya tempat parkir. Tempat parkir tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan jumlah nasabah yang diharapkan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi aksesibilitas

Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi aksesibilitas dalam ruang, antara lain:

³⁴ Yohana Nesya Setyawan dan Edwin Japarianto, Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya,...2.

³⁵ Sevi Mita Deviana, "Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Pantai Nglambor Gunungkidul Yogyakarta", (Skripsi--Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2019), 27-28.

- 1) Sirkulasi, yaitu karena pergerakan pengunjung dalam ruang adalah bergerak dan duduk. Pergerakan tersebut mengakibatkan perpindahan dari satu titik tempat ke titik yang lain dalam ruang tersebut sehingga terbentuk pola terstruktur dalam ruang.
- 2) Kepadatan dan kesesakan, yaitu akses pengunjung akan terbatas jika terbatasnya ruang gerak pada jalur sirkulasi.
- 3) Jarak dan jangkauan, menurut Still GK jangkauan antar ruang diukur dari sejauh mana akses antar ruang dibatasi oleh ruang disekitarnya.³⁶

Sedangkan menurut pendapat Miro, berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat aksesibilitas, yakni:³⁷

- 1) Waktu tempuh, yaitu tersedianya transportasi, kemudahan untuk menjangkau, dan waktu untuk menuju ke lokasi mudah dan capat.
- 2) Biaya perjalanan, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perjalanan murah.
- 3) Intensitas, yaitu aktivitas yang padat dalam suatu tempat dan terdapat beberapa aktivitas akan mempengaruhi beberapa kegiatan dan kemudahan dalam mencapai tujuan meningkat.
- 4) Pendapatan, yaitu kemudahan dalam melakukan perjalanan jika didukung oleh keadaan ekonomi yang stabil.

d. Hubungan aksesibilitas terhadap minat menabung

³⁶ Mahendra Nur Hadiansyah, "Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aksesibilitas Dalam Ruang Pelayanan Publik Studi Kasus: BPJS Kesehatan Cabang Utama Bandung", *Jurnal Desain Interior*, (2017), 35–37.

³⁷ Jhondri, "Pengaruh Aksesibilitas, Jaminan Rasa Aman, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai" (Skripsi-UIN Raden Fatah Palembang, 2021)24-25.

Dalam penellitian yang dilakukan oleh Yohana Nesy Setiawan dan Edwin Japarianto 2014 dengan judul Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Danamon. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ahmad Fuad Azhar 2016 dengan judul Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank BRI di Yogyakarta.

4. Minat Menabung

a. Pengertian minat menabung

Minat adalah dorongan yang datang dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu.³⁸ Menurut Assael, minat menabung adalah kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.³⁹ Sedangkan menurut Kotler, minat menabung adalah keputusan nasabah untuk membeli atau

³⁸ Tim Pengembang Ilmu Pendidikan UPI, *Ilmu Dan Aplikasi Pendidikan*, (Jakarta: PT Imperial Bhakti Utama, 2009), 63.

³⁹ Yulia Putri, dkk , "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16 (2019), 81.

tidak terhadap suatu produk.⁴⁰ Jadi dapat disimpulkan bahwa, minat menabung adalah keputusan yang diambil seseorang dimana seseorang tersebut memilih atau tidak dari beberapa alternatif pilihan.

Menurut Sobria, berikut adalah unsur-unsur minat menabung, yakni:⁴¹

- 1) Pengenalan, yaitu minat yang didahului dengan pengetahuan dan informasi mengenai objek yang diminati.
- 2) Perasaan, yaitu pengalaman yang diiringi dengan perasaan tertentu.
- 3) Kehendak, yaitu kelanjutan dari pengalaman dan perasaan yang diwujudkan dalam memenuhi keinginan untuk menjalankan suatu aktivitas.

b. Indikator minat menabung

Menurut Akbar terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi minat menabung, antara lain:⁴²

- 1) Minat transaksional, yaitu keinginan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat referensial, yaitu keinginan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

⁴⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (London: Pearson Education, 2011), 14.

⁴¹ Jhondri, "Pengaruh Aksesibilitas, Jaminan Rasa Aman, dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai" (Skripsi--UIN Raden Fatah Palembang), 19.

⁴² Aldi Guntara, "Pengaruh Tingkat Suku Bunga Dan Inflasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Mandiri Cabang Balai Kota Medan" (Skripsi--Universitas Dharmawangsa, Medan, 2020), 14.

- 3) Minat preferensial, yaitu menggambarkan tindakan seseorang untuk mempunyai preferensi utama pada produk tersebut.
- 4) Minat eksploratif, yaitu menggambarkan tindakan seseorang untuk selalu menggali informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi pendukung yang sifatnya positif dari produk tersebut.

Sedangkan indikator minat menabung menurut Schiffman

dan Kanuk dalam Yulia Putri dkk, antara lain:⁴³

Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk

- 1) Mempertimbangkan untuk membeli
- 2) Tertarik untuk mencoba
- 3) Mengetahui produk
- 4) Memiliki produk

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung

Menurut Hasan, terdapat empat faktor yang mempengaruhi

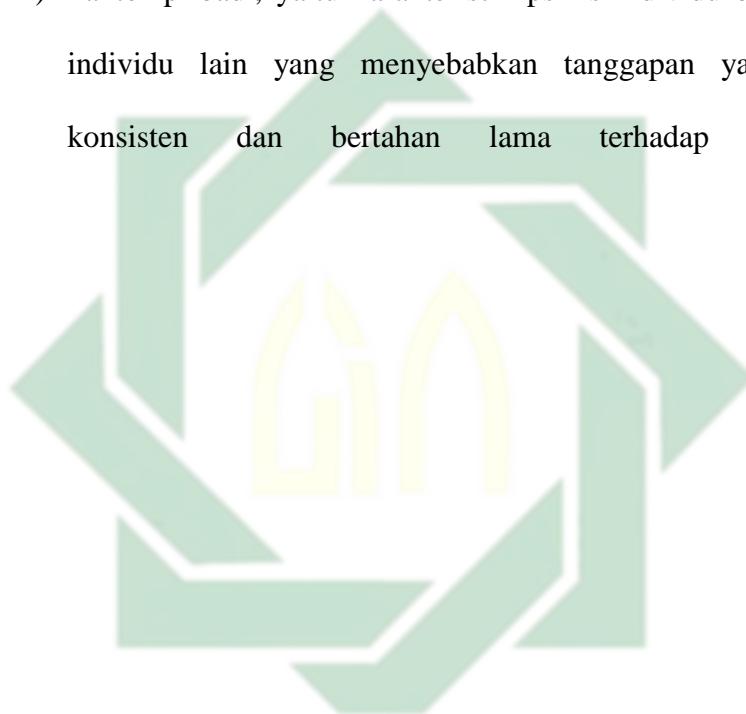
minat menabung, antara lain:⁴⁴

- 1) Faktor *marketing mix*, yaitu para pemasar tentunya menggunakan alat agar mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran mereka, alat yang dibentuk tersebut disebut bauran pemasaran.

⁴³ Yulia Putri, dkk, "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas", Jurnal Manajemen dan Bisnis, 16 (2019), 82.

⁴⁴ Aldi Guntara, "Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Inflasi terhadap Minat Menabung pada Bank Mandiri pada Bank Mandiri Balai Kota Medan", (Skripsi--Universitas Dharmawangsa, Medan, 2020), 13.

- 2) Faktor budaya, yaitu karakter dari pasar sasaran berbeda-beda, hal tersebut juga menjadi penentu keinginan dan perilaku dasar.
- 3) Faktor sosial, yaitu orang yang dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka setidaknya melalui tiga jalur: kelompok acuan menghadapkan individu pada perilaku dan *lifestyle* baru.
- 4) Faktor pribadi, yaitu karakteristik psikis individu berbeda dengan individu lain yang menyebabkan tanggapan yang cenderung konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Lukman Nul Khakim (2019)	Analisis Pengaruh Pengetahuan, Iklan, Tingkat Kepercayaan, dan Produk terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI Syariah KC Semarang	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian : kuantitatif • Teknik pengambilan sampel : <i>accidental sampling</i> • Skala pengukuran : skala interval 1-10 • Analisis data : analisis regresi linier berganda 	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Dan kepercayaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas (kepercayaan) • Variabel terikat (minat menabung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian • Waktu penelitian • Tempat penelitian • Variabel bebas (pengetahuan, iklan dan produk)

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2.	Yhosa Angeliani (2018)	Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banda Aceh	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian : kuantitatif • Teknik pengambilan sampel : <i>accidental sampling</i> • Skala pengukuran : skala likert • Analisis data : analisis regresi linier berganda 	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Jaminan rasa aman sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dan aksesibilitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas (kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian • Variabel terikat (loyalitas nasabah) • Waktu penelitian • Tempat penelitian



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

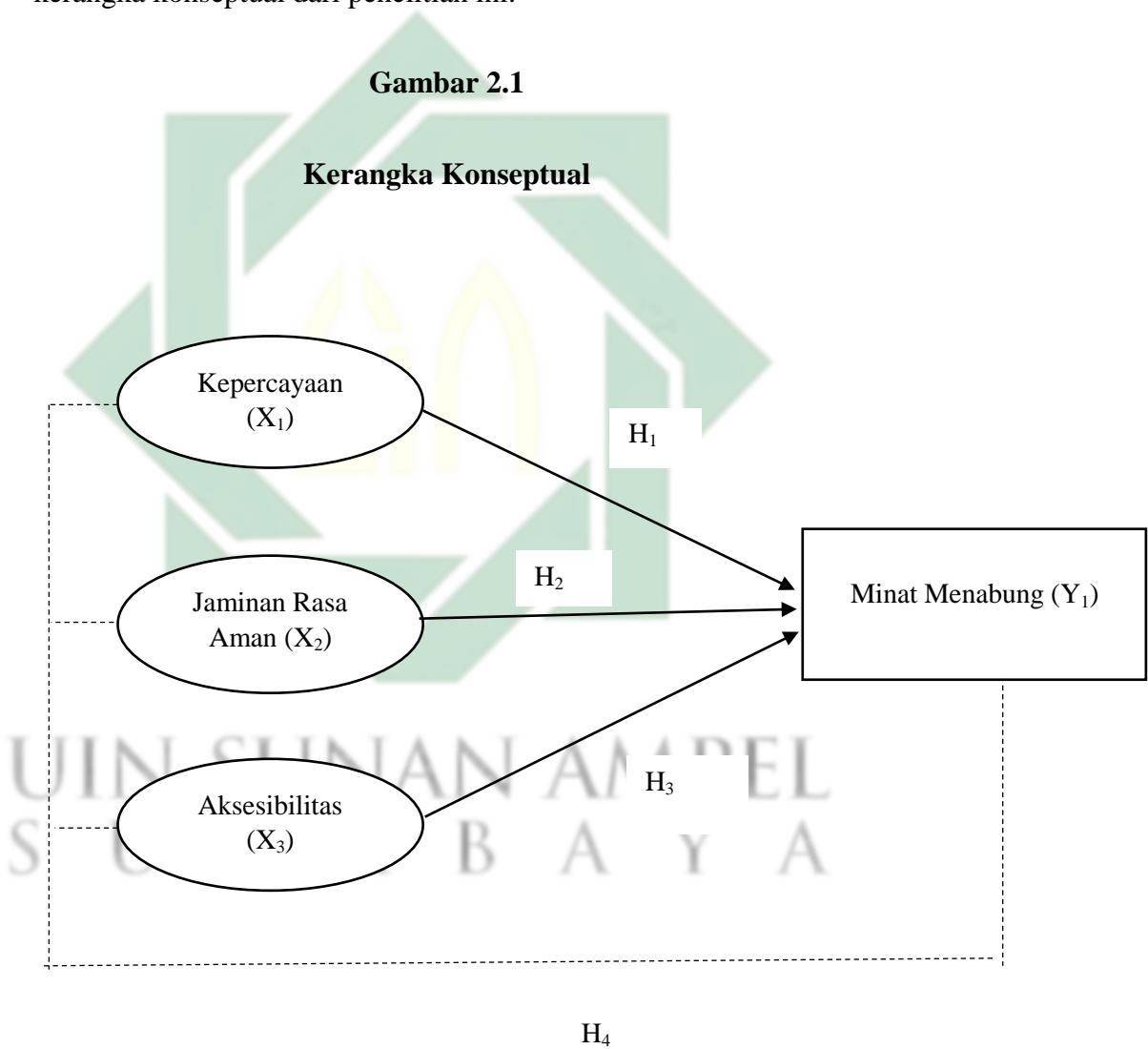
No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Apri Suryo Nugroho (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, dan Minat Menabung terhadap Kemantapan Keputusan Menabung Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada BRI Syariah KC Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian : kuantitatif • Teknik pengambilan sampel : <i>purposive sampling</i> • Skala pengukuran : skala interval 1-10 • Analisis data : analisis regresi linier berganda 	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah. Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Minat menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemantapan keputusan menabung. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemantapan keputusan menabung.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas (kepercayaan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen (kualitas pelayanan dan minat menabung) • Variabel dependen (keputusan menabung) • Objek penelitian • Waktu penelitian • Tempat penelitian

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4.	Masro Atul Fuadah (2019)	Pengaruh Jaminan Rasa Aman, <i>E-Banking</i> dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI Syariah Kota X	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian : kuantitatif • Teknik pengambilan sampel : <i>random sampling</i> • Skala pengukuran : skala likert • Analisis data : analisis regresi linier berganda 	<p>Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank BNI Syariah Kota X. <i>E-Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank BNI Syariah di Kota X. dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank BNI Syariah di Kota X.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas (jaminan rasa aman) • Variabel terikat (minat menabung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas (<i>e-banking</i> dan bagi hasil) • Objek penelitian • Waktu penelitian

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Nur Hayati (2018)	Analisis Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Sragen Cabang Boyolali)	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian : kuantitatif • Teknik pengambilan sampel : <i>purposive sampling</i> • Skala pengukuran : skala likert • Analisis data : analisis regresi linier berganda 	<p>Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas (jaminan rasa aman) • Variabel terikat (minat menabung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas (kualitas pelayanan dan citra perusahaan) • Objek penelitian • Waktu penelitian • Tempat penelitian

C. Kerangka Konseptual

Menurut Uma Sekaran, kerangka konseptual adalah pola dari sebuah kerangka berfikir atau konseptual yang didalamnya mengandung bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor-faktor masalah yang diindikasi penting.⁴⁵ Berdasarkan latar belakang penelitian, berikut adalah kerangka konseptual dari penelitian ini.



Keterangan gambar:

————— Parsial

⁴⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 88.

----- Simultan

Dapat dijelaskan dari kerangka konseptual diatas, bahwa penelitian yang akan dilakukan menggunakan tiga variabel independen (bebas) yaitu, kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas, serta menggunakan satu variabel dependen (terikat) yaitu minat menabung. Kemudian penelitian ini juga dilakukan sebagai cara untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial dan secara simultan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependennya.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara mengenai permasalahan dalam penelitian, sampai terbukti melalui data yang sudah terkumpul.⁴⁶ Berdasarkan teoritis penelitian terdahulu diatas, maka dalam penelitian ini diajukan beberapa hipotesis, antara lain:

H_1 : Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

H_{01} : Kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

H_2 : Jaminan Rasa Aman berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

H_{02} : Jaminan Rasa Aman tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

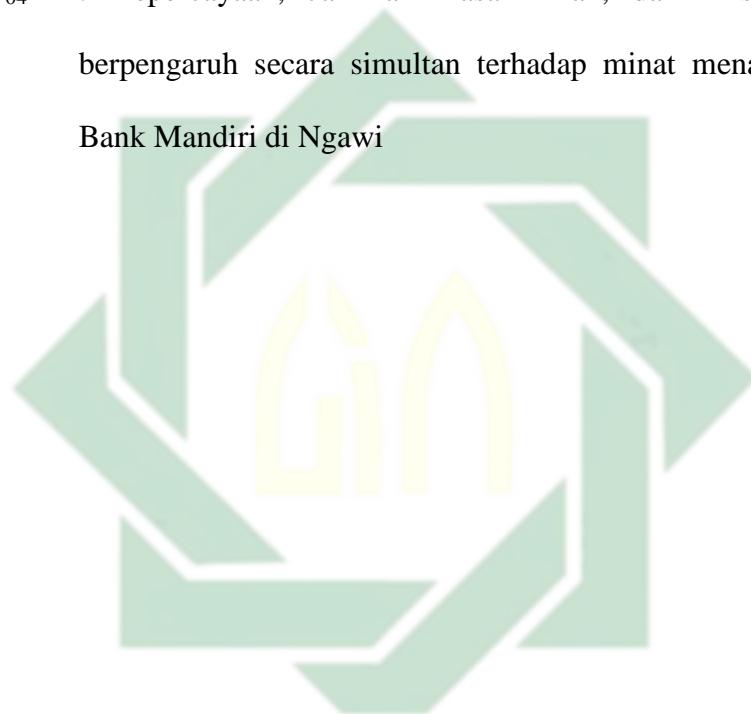
H_3 : Aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, *Penelitian Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rhineka Cipta, 2002), 64.

H₀₃ : Aksesibilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

H₄ : Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

H₀₄ : Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan suatu penelitian yang data penelitiannya berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.⁴⁷ Pendekatan penelitian menggunakan metode survei, dimana penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil dan data yang dipelajari bersumber dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Objek penelitian ini adalah Bank Mandiri yang ada di Kabupaten Ngawi.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Untuk penelitian ini, sasaran yang dituju adalah nasabah Bank Mandiri. Penelitian dilakukan di Ngawi dan waktu pelaksanaan penelitian ini adalah mulai bulan April 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Anggota dari populasi bisa berupa manusia, benda hidup ataupun benda mati yang bersifat bisa diukur dan diamati. Populasi terbagi menjadi dua, yaitu populasi infinitif (tidak terbatas) adalah populasi yang tidak pernah diketahui jumlah pastinya, dan populasi finitif (terbatas) adalah populasi yang diketahui dan ditentukan jumlahnya.

⁴⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, 7.

Dalam penelitian, judul merupakan cerminan dari populasi. Konsep yang terkandung dalam judul perlu adanya batasan, karena untuk memudahkan penetapan sampel penelitian.⁴⁸

Berdasarkan data sensus penduduk tahun 2020, jumlah penduduk Kabupaten Ngawi sebesar 870.057 jiwa.⁴⁹ Sedangkan jumlah nasabah yang memiliki rekening Bank Mandiri tidak diketahui jumlahnya. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 menyatakan bahwa rahasia bank adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan keterangan mengenai nasabah penyimpan dan simpanannya. Kecuali untuk kepentingan perpajakan, penyelesaian piutang, dan persetujuan/kuasa dari nasabah secara tertulis.⁵⁰

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian. Aturan dalam menetapkan dan mengambil sampel dari populasi harus representatif, artinya sampel tersebut mewakili populasi. Berikut merupakan beberapa landasan dalam pengambilan sampel: 1) keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya; 2) lebih cepat dan lebih mudah; dan 3) memberi informasi yang lebih banyak dan lebih mendalam.⁵¹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, yaitu pengambilan

⁴⁸ Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapusaka Media, 2012), 113.

⁴⁹ BPS Ngawi, *Berita Resmi Statistik Hasil Sensus Kabupaten Ngawi 2020*, (Ngawi, 2021), 1.

⁵⁰ Andrean W. Finaka, "Bank Bocorkan Data Nasabah, Bolehkah?", *Indonesia Baik*, (18 Juli 2022), 1.

⁵¹ Syahrum dan Salim,...114.

sampel secara acak dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan untuk menjadi anggota sampel.⁵²

Karena jumlah nasabah yang memiliki rekening Bank Mandiri tidak diketahui, maka rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel pada populasi penelitian ini dengan menggunakan teori Hair. Menurut Teori Hair, pedoman untuk menentukan jumlah sampel adalah tergantung jumlah indikator yang bisa dikalikan dengan 5 sampai 10.⁵³ Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 17 dikali 10 menjadi 170 responden yang merupakan nasabah yang memiliki rekening Bank Mandiri.

$$\text{Jumlah sampel} = \text{indikator} \times 10$$

$$= 17 \times 10$$

$$= 170 \text{ responden}$$

Alasan peneliti mengkalikan dengan 10 agar responden mampu mewakili populasi dan menggunakan Teori Hair karena populasi yang dituju terlalu banyak dan jumlahnya selalu berubah.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu lambang atau sifat dari orang, objek, maupun aktivitas yang memiliki bentuk tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁴ Dalam

⁵² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,...82.

⁵³ Fadlurrahman Prasetyo Adji, "Expertise, Attractiveness, Dan Trustworthiness Sebagai Pembentuk Attitude Serta Implikasinya Terhadap Purchase Intention: Studi Pada Konteks Online Review Yang Di Buat Oleh Gerry Girianza Pada Produk Makanan Sei Sapi Lamalera Di Platform Youtube" (Skripsi--Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School, Jakarta, 2018), 36.

⁵⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,...39.

penelitian ini, peneliti menggunakan variabel bebas dan variabel terikat, antara lain sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (independen) adalah variabel yang berpengaruh terhadap berubahnya variabel terikat.⁵⁵ Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel bebas yang akan digunakan, yaitu kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas.
2. Variabel Terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁵⁶ Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yang akan digunakan, yaitu minat menabung.

E. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Kepercayaan (X1)	Menurut Mowen dan Minor “Semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaat.”	Menurut Ziqmund dalam Tumbel: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan terbaik 2. Konsisten 3. Lengkap 4. Bernilai 5. Menempati janji
Jaminan Rasa Aman (X2)	Menurut M. Nur Rianto “Perilaku yang dapat dipercaya, sehingga nasabah yakin bahwa transaksi yang dilakukan benar dan tepat sasaran.”	Menurut Parasuraman dalam Setyawan dan Japarianto: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi 2. Kesopanan 3. Kredibilitas 4. Keamanan
Aksesibilitas (X3)	Menurut Sammeng “Kemudahan seseorang untuk berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain meskipun jaraknya dekat maupun jauh.”	Menurut Soekadji dalam Deviana: <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses informasi 2. Akses kondisi jalan 3. Tempat akhir perjalanan
Minat Menabung	Menurut Kotler	Menurut Schiffman dan Kanuk

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid.

(Y)	<p>“Keputusan nasabah untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk.”</p>	<p>dalam Putri dkk:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk 2. Mempertimbangkan untuk membeli 3. Tertarik untuk mencoba 4. Ingin mengetahui produk 5. Ingin memiliki produk
-----	--	---

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ukuran untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner bisa dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Hasil uji validitas tidak bisa digunakan secara universal, artinya suatu instrumen memiliki nilai yang tinggi pada saat dan waktu tertentu, dan akan menjadi tidak valid bila digunakan pada waktu dan tempat yang berbeda. Ketentuan uji validitas dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, jika signifikansi $0,05$ maka r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner dapat dikatakan valid dan berlaku sebaliknya.⁵⁷

Tujuan dari uji validitas, antara lain:

- a) Menghindari pertanyaan yang kurang jelas (yang diilah dari sudut pandang responden)
- b) Menghilangkan kata asing yang bermakna ganda
- c) Membenahi pertanyaan-pertanyaan yang kurang jelas maupun yang tidak sesuai dengan fakta di lapangan

⁵⁷ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublisher, 2020), 63.

- d) Menambah atau mengurangi pertanyaan yang dirasa kurang relevan
- e) Mengetahui bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk peneliti selanjutnya.⁵⁸

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ketetapan alat dalam mengukur apa yang diukurnya. Artinya, kapan saja alat ukur tersebut digunakan akan memperoleh hasil yang sama. Untuk mendapatkan ketetapan penelitian, instrumennya adalah kuisioner. Dalam kuisioner, dengan waktu dan tempat yang berbeda tentunya hasilnya berbeda pula. Uji reliabilitas sangat diperlukan dalam penelitian yang instrumen penelitiannya adalah kuisioner, hasil penelitiannya akan lebih berkualitas.

Uji reliabilitas instrumen bisa dilakukan dengan dua cara. Dengan cara eksternal bisa dilakukan dengan *test-retest (stanbility)*, equivalen, dan kombinasi keduanya. Sedangkan secara internal menggunakan analisis konsistensi butir-butir dalam instrumen dengan teknik tertentu.

Uji reliabilitas bisa mengacu pada *Cronbach Alpha* (α), menurut Ghozali, suatu variabel bisa dikatakan reliabel bila memiliki *Cronbach Alpha* (α) $> 0,7$.⁵⁹

G. Jenis data dan sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

⁵⁸ Ibid., 64.

⁵⁹ Ibid., 75.

1. Data Primer, yaitu sumber data yang mendapatkan data penelitian langsung dari sumber asli.⁶⁰ Pada penelitian ini, data primer yang diperoleh hasil dari pengisian kuesioner oleh nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

H. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan antara lain :

1. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan dengan format tertentu dan berbagai pilihan didalamnya untuk dijawab oleh responden.⁶¹

Pertanyaan-pertanyaan pada penelitian ini menggunakan skala likert sebagai pengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang terkait fenomena sosial. Jawaban setiap item pertanyaan mempunyai 5 kategori sebagai berikut :⁶²

Tabel 3.2

Skala Instrumen

Skor	Keterangan	Inisial
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Kurang Setuju	KS

⁶⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,...225.

⁶¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 101.

⁶² Anak Agung Putu Agung & Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Bali: CV Noah Aletheia, 2019), 50-51.

2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

I. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif dinyatakan dalam bentuk angka dan perhitungannya menggunakan metode statistik dengan alat bantu SPSS 21. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Analisis regresi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, model analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Untuk mendapatkan nilai yang baik sebelum melakukan analisis regresi berganda, sebaiknya dilakukan uji asumsi klasik, dengan syarat memenuhi asumsi normalitas, multikolineritas, autokolerasi dan heterokedastisitas. Jika persyaratan tersebut terpenuhi, maka uji asumsi klasik secara otomatis sudah terpenuhi.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi sebelum regresi berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Analisis regresi yang tidak berbasis pada OLS tidak perlu melakukan uji asumsi klasik. Tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada regresi linier sederhana dan uji autokorelitas tidak

perlu digunakan pada data *cross sectional*.⁶³ Alat uji yang digunakan dalam uji asumsi klasik, antara lain:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk melihat normal atau tidaknya nilai residual. Uji normalitas dilakukan pada nilai residual bukan pada variabel-variabel penelitian. Model regresi yang baik yaitu memiliki nilai residual yang normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara histogram, uji normal, P Plot, Skewness, dan Kurtosis.⁶⁴

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui hasil uji normalitas menggunakan histogram dan P Plot. Data dapat dikatakan terdistribusi secara normal apabila histogram membentuk lonceng dan grafik P Plot garis (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam analisis regresi berganda. Ketentuan dalam uji multikolinieritas adalah jika nilai (*inflation vactor*) $VIF < 10$ atau nilai tolerance $> 0,1$ artinya tidak terjadi multikolinieritas dan berlaku sebaliknya..⁶⁵

c) Uji Heteroskedastisitas

⁶³ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, (Surabaya: Jagad Publishing, 2019), 49.

⁶⁴ Ibid., 50.

⁶⁵ Ibid., 56-57.

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk melihat sama atau tidaknya varian dari residual dari satu ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan grafik *scatterplot* (dengan memplotkan nilai ZPRED dengan nilai SRESID). ZPRED adalah nilai prediksi, sedangkan SRESID adalah nilai residual. Berikut adalah ketentuan uji heteroskedastisitas:

- Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- Titik-titik data tidak menggumpal hanya diatas atau dibawah saja
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang, menyempit dan melebar kembali.
- Penyebaran titik-titik data tidak berpola.⁶⁶

d) Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi berfungsi untuk mengetahui keadaan terjadinya kolerasi dan residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain yang disusun berdasarkan runtut waktu. Untuk mendeteksi autokolerasi menggunakan Durbin-Watson, jika nilai DW berada di antara Du sampai 4.Du maka tidak terjadi autokolerasi.⁶⁷

2. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

⁶⁶ Ibid., 59-60.

⁶⁷ Ibid., 65.

Analisis regresi linier berganda adalah cara yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).⁶⁸ Cara menghitungnya menggunakan SPSS (*Statistical Package and Social Science*) versi 21. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Minat Menabung
a	= Konstanta
x ₁	= Kepercayaan
x ₂	= Jaminan Rasa Aman
x ₃	= Aksesibilitas
b ₁ b ₂ b ₃	= Koefisien Regresi
e	= Faktor Kesalahan

b) Uji-t (Parsial)

Uji-t digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Bertujuan untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti. Ketentuannya dapat dikatakan berpengaruh secara parsial apabila nilai signifikansi <

⁶⁸ Agung Edi Wibowo, *Aplikasi Praktik SPSS Dalam Penelitian*, (Jakarta: Gava Media, 2012), 95.

0,05.⁶⁹ Dalam pengujiannya jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan berlaku sebaliknya.

c) Uji-f (Simultan)

Uji-f digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Ketentuannya dapat dikatakan berpengaruh secara simultan apabila nilai signifikansinya 0,05.⁷⁰ Dalam pengujiannya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan berlaku sebaliknya.

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghazali dalam bukunya yang dikutip oleh Ervi Wihda Irtanti, koefisien determinasi adalah alat untuk menganalisis pada uji linier berganda untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.⁷¹ Dalam SPSS, koefisien determinasi sebagai prediksi besarnya kontribusi variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat.

Besarnya nilai koefisien determinasi dilihat pada output *Model Summary* dan nilainya berkisar antara 0-1. Apabila nilai koefisien determinasi minus (-), artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Juga semakin kecil nilai

⁶⁹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 194.

⁷⁰ Ibid., 408-409.

⁷¹ Ervi Wihda Irtanti, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya)", (Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019), 66.

koefisien determinasi berarti pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat diartikan lemah.⁷²



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁷² Sahid Raharjo, "Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linier Berganda", dalam <http://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>, diakses pada 22 Mei 2022 pukul 09.00 WIB.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Profil dan Lokasi Perusahaan

Gambar 4.1

Logo Perusahaan



Bank Mandiri merupakan bank yang didirikan pada 2 Oktober 1998. Sebelumnya, Bank Mandiri merupakan bank yang terbagi menjadi 4 bagian yakni Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia oleh pemerintah Indonesia dimerger menjadi Bank Mandiri. Mulai beropersi dengan merek Bank Mandiri pada 31 Juli 1999. Peran Bank Mandiri sangat krusial, sebab selama kurang lebih 140 tahun Bank Mandiri telah membantu pembangunan perekonomian Indonesia dan sektor keuangan, khususnya perbankan.⁷³

Kantor pusat Bank Mandiri terletak di Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 36-38, Jakarta Indonesia. Jam layanan nasabah di seluruh kantor cabang di Indonesia yaitu pukul 08.00 – 15.00 waktu setempat.

⁷³ Bank Mandiri, "Profil Perusahaan - Bank Mandiri", dalam <https://www.bankmandiri.co.id/profil-perusahaan>, diakses pada 20 Mei 2022 pukul 20.00 WIB.

Call center Bank Mandiri dengan nomor 14000. Kontak Bank Mandiri meliputi, WhatsApp dengan nomor 08118414000, Telegram dengan nomor 08118414000, E-mail mandiricare@bankmandiri.co.id, dan alamat website www.bankmandiri.co.id. Sedangkan akun sosial media meliputi, Instagram yaitu @bankmandiri, Twitter yaitu @bankmandiri, dan Facebook yaitu Bank Mandiri.

Bank Mandiri mulai berdiri di Kabupaten Ngawi tahun 2005. Kantor cabang utamanya beralamat di Jalan Sultan Agung No 87 Ngawi dengan kepala cabang Ibu Edgina Antonia. Untuk akun sosial media Bank Mandiri Cabang Ngawi dengan akun Instagram @mandirikcpngawi. Bank Mandiri di Kabupaten Ngawi juga didukung empat kantor cabang pembantu yaitu cabang pembantu Paron dengan kepala cabang Ibu Fitri Hardiyani, cabang pembantu Walikukun dengan kepala cabang Bapak Agus Subekti, cabang pembantu Jogorogo dengan kepala cabang Bapak Pamuji, dan cabang pembantu Karangjati dengan kepala cabang Ibu Farida.

Bank Mandiri juga didukung oleh 139 kantor cabang, 2.304 kantor cabang pembantu, 145 *payment point*, 59 mobile kas, 27 kas mobile mikro 18.291, jaringan ATM yang tersebar diseluruh Indonesia dan 7 kantor cabang di luar negeri.⁷⁴ Kantor cabang Bank Mandiri di luar negeri terdapat di Singapura, Hongkong, Cayman Island, Shanghai, Dili, London, dan Malaysia. Nasabah Bank Mandiri di luar

⁷⁴ Responsi Bank, "Bank Mandiri|Responsi Bank", dalam <https://responsibank.id/banks/bank/bank-mandiri/>, diakses pada 22 Mei 2022 pukul 08.00 WIB.

negeri juga dapat menikmati fasilitas pembiayaan, pembukaan rekening tabungan, giro, deposito, produk *treasury*, serta *trade finance* & bank garansi sesuai dengan segmen.⁷⁵

Berbagai produk unggulan yang ditawarkan oleh Bank Mandiri yang sesuai dengan kebutuhan *financial* nasabah seperti, simpanan, pinjaman, kartu kredit, kartu debit, investasi & asuransi, e-banking, pengiriman uang, dll. Macam-macam produk tabungan Bank Mandiri, antara lain Tabungan Rupiah, Tabungan Now, Tabungan Valas, Tabungan Rencana, Tabungan Payroll-Individu, TabunganKu, Deposito Rupiah, Depesito Valas, Tabungan TKI, Tabungan Simpanan Pelajar, Tabungan SiMakmur, TabunganMU, dan Tabungan Investor.⁷⁶ Sedangkan keuntungan menabung di Bank Mandiri adalah jaringan ATM dan cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, tabungan aman karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan, dan transaksi praktis dan mudah menggunakan *mobile banking*. Bank Mandiri juga menerapkan pedoman nilai budaya yang disingkat “TIPCE” kepanjangan dari *Trust* (kepercayaan), *Integrity* (integritas), *Professionalism* (profesionalisme), *Customer Focus* (fokus pada pelanggan), dan *Excellent* (kesempurnaan).

⁷⁵ Bank Mandiri, "Kantor Cabang Luar Negeri Bank Mandiri", dalam <https://www.bankmandiri.co.id/kantor-cabang-luar-negeri-bank-mandiri>, diakses pada 22 Mei 2022 pukul 08.10 WIB.

⁷⁶ Bank Mandiri, "Simpanan", dalam <https://www.bankmandiri.co.id/simpanan-perseorangan>, diakses pada 22 Mei 2022 pukul 08.15 WIB.

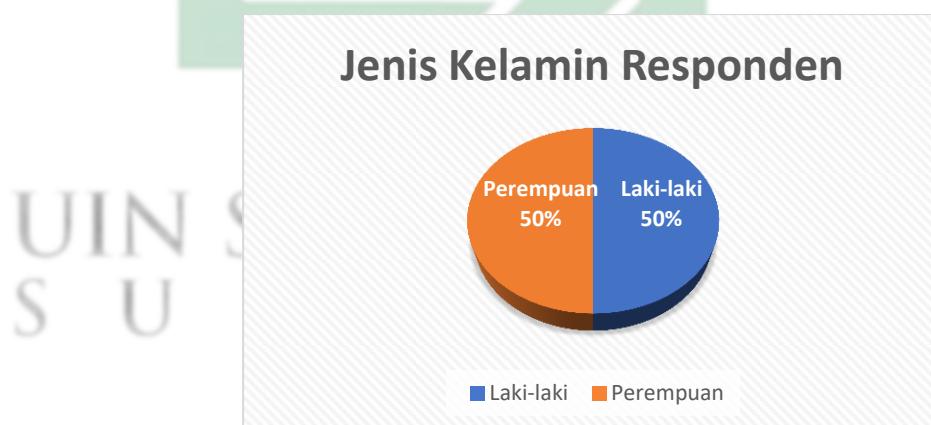
2. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini nasabah yang menjadi responden adalah nasabah Bank Mandiri di Kabupaten Ngawi yang memiliki rekening Bank Mandiri. Sumber data yang digunakan adalah sumber data tak terbatas atau infinit yang mana responden tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Dengan perhitungan rumus yang sudah dihitung, sampel yang digunakan berjumlah 170 responden. Berikut adalah kriteria responden hasil dari penyebaran kuesioner sebelumnya:

1) Jenis kelamin responden

Berikut adalah diagram lingkaran untuk frekuensi jenis kelamin responden nasabah Bank Mandiri Ngawi sebagai berikut:

Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden



Sumber : Data Primer, diolah 2022

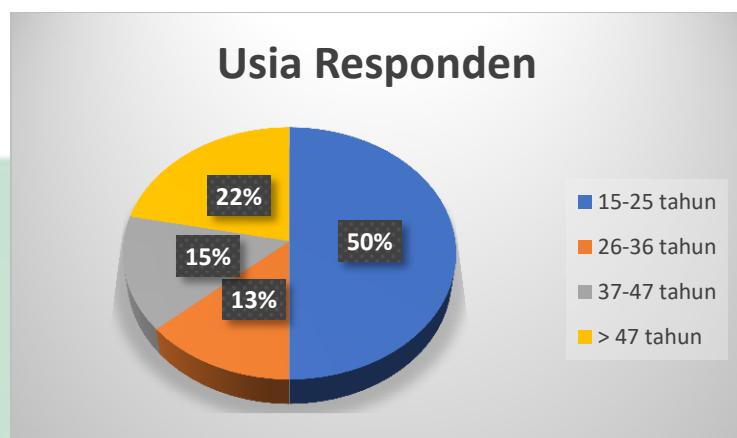
Dari data diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah Bank Mandiri yang berjenis kelamin laki-laki 85 responden sama dengan jumlah jenis kelamin perempuan 85 dari 170 total keseluruhan responden.

2) Usia responden

Berikut adalah diagram lingkaran untuk frekuensi usia responden nasabah Bank Mandiri di Ngawi sebagai berikut:

Gambar 4.3

Usia Responden

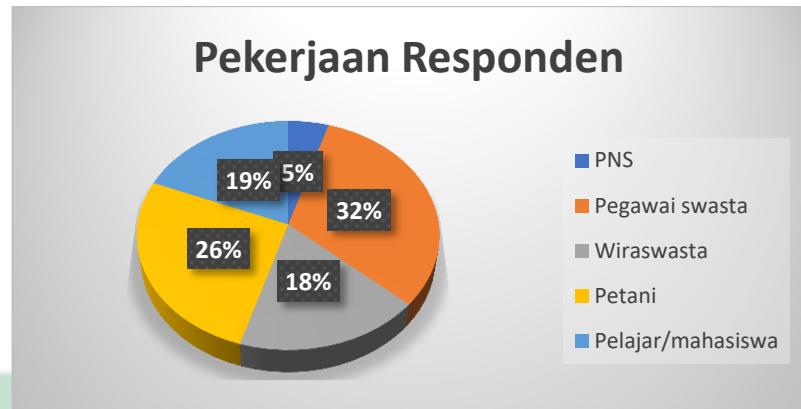


Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dari data diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah Bank Mandiri di Ngawi paling banyak dengan rentang usia 15-25 tahun dengan jumlah 85 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi kedua dengan rentang usia > 47 tahun dengan jumlah 37 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi ketiga dengan rentang usia 37-47 tahun dengan jumlah 25 dari 170 total keseluruhan responden. Posisi terakhir dengan rentang usia 26-36 tahun dengan jumlah 23 dari 170 total keseluruhan responden.

3) Pekerjaan responden

Berikut adalah diagram lingkaran dari frekuensi pekerjaan responden nasabah Bank Mandiri di Ngawi sebagai berikut:

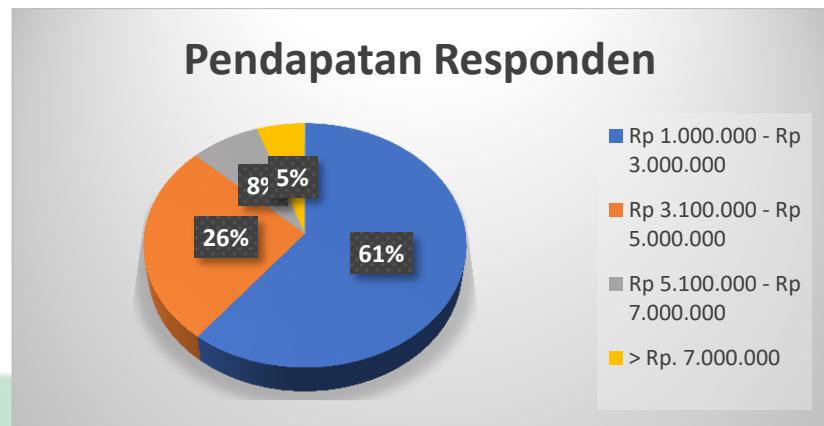
Gambar 4.4**Pekerjaan Responden**

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dari data diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah Bank Mandiri di Ngawi paling banyak bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 54 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi kedua profesi sebagai petani dengan jumlah 45 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi ketiga adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 32 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi keempat dengan pekerjaan sebagai wiraswasta dengan jumlah 31 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi terakhir dengan pekerjaan sebagai PNS dengan jumlah 8 dari 170 total keseluruhan responden.

4) Pendapatan responden

Berikut adalah diagram lingkaran dari frekuensi pendapatan responden nasabah Bank Mandiri di Ngawi sebagai berikut:

Gambar 4.5**Pendapatan Responden**

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dari data diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah Bank Mandiri di Ngawi paling banyak berpenghasilan dengan rentang Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 dengan jumlah 103 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi kedua dengan rentang penghasilan Rp. 3.100.000 – Rp. 5.000.000 dengan jumlah 45 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi ketiga dengan rentang penghasilan Rp. 5.100.000 – Rp. 7.000.000 dengan jumlah 13 dari 170 total keseluruhan responden. Diposisi terakhir dengan rentang penghasilan > Rp. 7.000.000 dengan jumlah 9 dari 170 total keseluruhan responden.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

- a) Uji Validitas

Dalam mengukur validitas pada data penelitian dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Kriteria dalam penilaian validitas data adalah jika nilai signifikansinya $0,05 > r$ hitung $>$ r tabel maka dapat dikatakan bahwa item kuesioner tersebut valid. Hasil uji validitas untuk setiap variabel dalam penelitian ini adalah berikut ini :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1)

No.	Item	Signifikansi	N.r tabel	Hasil		Ket.
				Sig.	N.r hitung	
1	X1.1	0,05	0,149	0,000	0,755	Valid
2	X1.2	0,05	0,149	0,000	0,732	Valid
3	X1.3	0,05	0,149	0,000	0,718	Valid
4	X1.4	0,05	0,149	0,000	0,812	Valid
5	X1.5	0,05	0,149	0,000	0,879	Valid

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil pengujian data dengan SPSS 21.0 diatas dapat dikatakan bahwa instrumen variabel kepercayaan (X1) secara keseluruhan dapat dinyatakan valid. Instrumen penelitian disebut valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,149 dan dengan nilai signifikansi 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.2**Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan Rasa Aman (X2)**

No.	Item	Signifikansi	N.r tabel	Hasil		Ket.
				Sig.	N.r hitung	
1	X2.1	0,05	0,149	0,000	0,892	Valid
2	X2.2	0,05	0,149	0,000	0,801	Valid
3	X2.3	0,05	0,149	0,000	0,906	Valid
4	X2.4	0,05	0,149	0,000	0,883	Valid

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil pengujian data dengan SPSS 21.0 diatas dapat dikatakan bahwa instrumen variabel jaminan rasa aman (X2) secara keseluruhan dapat dinyatakan valid. Instrumen penelitian disebut valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,149 dan dengan nilai signifikansi 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.3**Uji Validitas Variabel Aksesibilitas (X3)**

No.	Item	Signifikansi	N.r tabel	Hasil		Ket.
				Sig.	N.r hitung	
1	X3.1	0,05	0,149	0,000	0,890	Valid
2	X3.2	0,05	0,149	0,000	0,874	Valid
3	X3.3	0,05	0,149	0,000	0,824	Valid

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil pengujian data dengan SPSS 21.0 diatas dapat dikatakan bahwa instrumen variabel aksesibilitas (X3) secara keseluruhan dapat dinyatakan valid. Instrumen penelitian disebut valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,149 dan dengan nilai signifikansi 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.4

Tabel Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y)

No.	Item	Signifikansi	N.r tabel	Hasil		Ket.
				Sig.	N.r hitung	
1	Y.1	0,05	0,149	0,000	0,840	Valid
2	Y.2	0,05	0,149	0,000	0,894	Valid
3	Y.3	0,05	0,149	0,000	0,828	Valid
4	Y.4	0,05	0,149	0,000	0,837	Valid
5	Y.5	0,05	0,213	0,000	0,822	Valid

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil pengujian data dengan SPSS 21.0 diatas dapat dikatakan bahwa instrumen variabel minat menabung (Y) secara keseluruhan dapat dinyatakan valid. Instrumen penelitian disebut valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,149 dan dengan nilai signifikansi 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah bisa dipercaya dan sesuai kenyataan sebenarnya di lapangan atau realibel tidaknya sebuah instrumen dalam variabel penelitian. Koefisien korelasi dari alpha sebuah instrumen bisa dikatakan realibel jika nilai reliabilitasnya $> 0,7$. Hasil uji reliabilitas pada setiap instrumen variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Indikator Variabel	Nilai r alpha	Keterangan
1	Kepercayaan	0,840	Reliabel/Diterima
2	Jaminan Rasa Aman	0,894	Reliabel/Diterima
3	Aksesibilitas	0,828	Reliabel/Diterima
4	Minat Menabung	0,837	Reliabel/Diterima

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

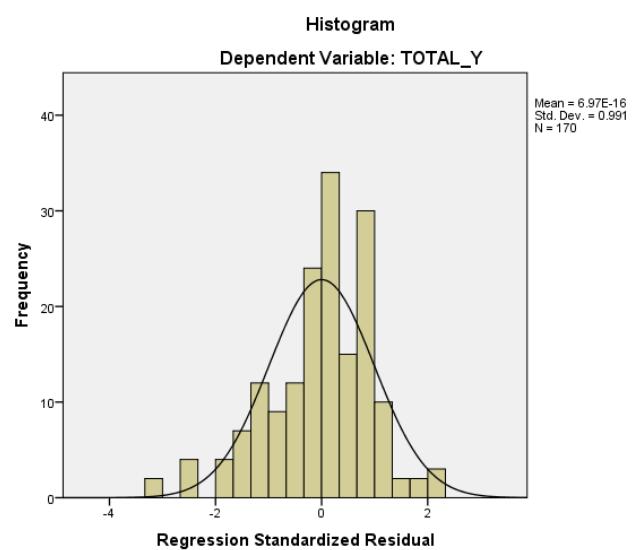
Dari hasil uji reliabilitas data diatas dapat diartikan bahwa semua instrumen variabel penelitian dapat dikatakan reliabel atau diterima. Dengan kategori penilaian nilai r alpha 0,840 adalah sangat tinggi untuk variabel kepercayaan, nilai r alpha 0,894 adalah sangat tinggi untuk variabel jaminan rasa aman, nilai r alpha 0,828 adalah sangat tinggi untuk variabel aksesibilitas, dan nilai r alpha 0,837 adalah sangat tinggi untuk variabel minat menabung.

2. Uji Asumsi Klasik

- a) Uji normalitas

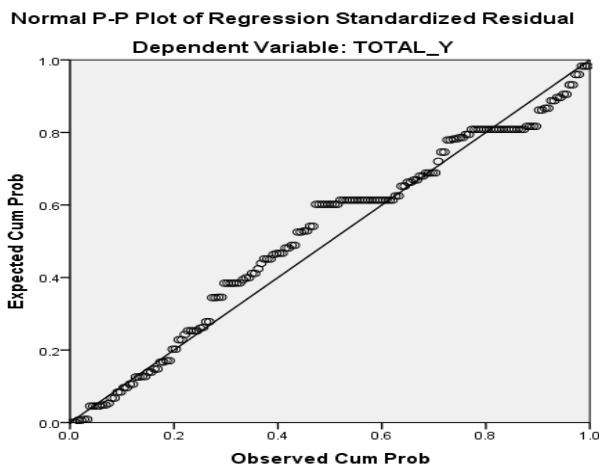
Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai data pada sekelompok data atau variabel apakah persebaran data tersebut terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk mendeteksi uji normalitas menggunakan analisis grafik yaitu histogram dan grafik *normal probability plot*. Data yang terdistribusi secara normal jika histogram membentuk lonceng dan grafik normal P-plot garis atau titik-titik yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya. Hasil uji normalitas pada instrumen variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.6
Histogram Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil pengujian normalitas menggunakan SPSS 21.0 pada gambar diatas dapat diketahui bahwa histogram membentuk lonceng yang artinya data terdistribusi secara normal.

Gambar 4.7**Grafik Hasil Uji Normalitas**

Sumber Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Sedangkan hasil uji normalitas pada gambar diatas diketahui bahwa grafik normal P-plot titik-titiknya mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya yang artinya data terdistribusi secara normal.

b) Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi yang tinggi antar variabel bebas. Hasil uji multikolinieritas antar variabel bebas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kepercayaan	0,288	3,468	Tidak terjadi multikolinieritas

Jaminan Rasa Aman	0,310	3,226	Tidak terjadi multikolinieritas
Aksesibilitas	0,443	2,256	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil pengujian multikolinieritas data menggunakan SPSS 21.0 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel penelitian tidak terjadi multikolinieritas. Dengan nilai *tolerance* $0,288 > 0,1$ pada variabel kepercayaan, nilai *tolerance* 0,310 pada variabel jaminan rasa aman, dan nilai *tolerance* 0,443 $> 0,1$ pada variabel aksesibilitas. Sedangkan nilai VIF $3,468 < 10$ pada variabel kepercayaan, nilai VIF $3,226 < 10$ pada variabel jaminan rasa aman, dan nilai VIF 2,256 pada variabel aksesibilitas.

c) Uji autokolerasi

Uji autokolerasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala autokolerasi. Dapat diketahui jika nilai DW (Durbin-Watson) berada di antara dU sampai dengan $4-dU$ maka koefisien autokolerasi sama dengan nol atau tidak ada autokolerasi. Hasil uji autokolerasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7**Hasil Uji Autokolerasi**

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.776 ^a	.601	.594	1.952	1.914

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

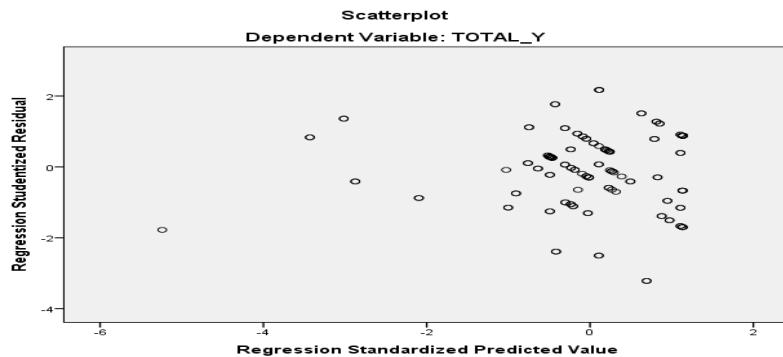
b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil uji autokolerasi menggunakan SPSS 21.0 dapat disimpulkan bahwa data kuesioner terbebas dari autokolerasi. Dengan nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,830, sedangkan dilihat dari tabel DW jika signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 170, serta $k = 3$, diperoleh nilai d_L 1,7134 dan d_U 1,7851. Karena nilai DW 1,914 berada diantara d_U dan $(4-d_U)$ artinya bebas autokolerasi.

d) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan yang lain. Syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.8**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS 21.0 diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, karena titik-titik data menyebar diatas, dibawah dan disekitar angka 0, serta persebaran titik-titik data tidak berpola.

3. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Penerapan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel bebas yaitu kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas dengan satu variabel terikat yaitu minat menabung. Hasil analisis regresi linier berganda variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T _{hitung}	Signifikansi	Kesimpulan
Kepercayaan	0,060	0,611	0,542	Tidak Signifikan
Jaminan Rasa Aman	0,606	5,891	0,000	Signifikan
Aksesibilitas	0,379	3,594	0,000	Signifikan
Konstanta : 3,998				
R Square : 0,601				
Adjust R² : 0,594				
F_{hitung} : 83,520 Signifikansi : 0,000				

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 21.0 pada Tabel 4.12 menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,243 + 0,082x_1 + 0,590x_2 + 0,422x_3 + e$$

Penjabaran mengenai persamaan regresi dari analisis regresi linier berganda diatas adalah :

- 1) Konstanta (α) = 3,998 yaitu besarnya pengaruh variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikatnya.

- 2) Nilai Koefisien Kepercayaan (β_1) = 0,060 dapat diketahui jika nilai kepercayaan bertambah satu, maka nilai minat menabung adalah 0,060 dengan asumsi seluruh variabel konstan.
- 3) Nilai Koefisien Jaminan Rasa Aman (β_2) = 0,606 dapat diketahui jika nilai jaminan rasa aman bertambah satu, maka nilai minat menabung adalah 0,606 dengan asumsi seluruh variabel konstan.
- 4) Nilai Koefisien Aksesibilitas (β_3) = 0,379 dapat diketahui jika nilai aksesibilitas bertambah satu, maka nilai minat menabung adalah 0,379 dengan asumsi seluruh variabel konstan.

b) Uji T Parsial

Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat. Ketentuannya adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima, H_0 ditolak dan berlaku sebaliknya. Berikut adalah hasil uji T dalam penelitian ini:

Tabel 4.9

Uji T Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3.998	1.159		.001
	TOTAL_X1	.060	.098	.056	.542
	TOTAL_X2	.606	.103	.518	.000
	TOTAL_X3	.379	.105	.265	.000

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS

21.0

1) Uji Hipotesis I

H_1 = Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

H_{01} = Kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS 21.0 pada Tabel 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,542 > 0,05$ dan $T_{hitung} 0,611 < 1,653 T_{tabel}$ pada variabel kepercayaan. Dapat diartikan bahwa H_1 ditolak dan H_{01} diterima, kesimpulannya adalah kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

2) Uji Hipotesis II

H_2 = Jaminan Rasa Aman berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

H_{02} = Jaminan Rasa Aman tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS 21.0 pada Tabel 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $T_{hitung} 5,891 > T_{tabel} 1,653$ pada variabel jaminan rasa

aman. Dapat diartikan bahwa H_2 diterima dan H_{02} ditolak, kesimpulannya adalah jaminan rasa aman berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

3) Uji Hipotesis III

H_3 = Aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

H_{03} = Aksesibilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS 21.0 pada Tabel 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $T_{hitung} 3,594 > T_{tabel} 1,653$ pada variabel aksesibilitas. Dapat diartikan bahwa H_3 diterima dan H_{03} ditolak, kesimpulannya adalah aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

c) Uji F Simultan

Uji simultan digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Ketentuannya adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_4 diterima dan H_{04} ditolak. Rumus F_{tabel} adalah df 1 dan df 2, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$F_{\text{tabel}} = (df \ 1 ; df \ 2) = (k - 1 ; n - k) = (3 - 1 ; 170 - 3) = (2 ; 167) = 3,05$$

Tabel 4.10**Uji F Simultan**

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	954.332	3	318.111	83.520
	Residual	632.262	166	3.809	.000 ^b
	Total	1586.594	169		

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

4) Uji Hipotesis 4

H_4 = Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap Minat Menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

H_{04} = Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap Minat Menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS 21.0 pada Tabel 4.14 diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ dan F_{hitung} sebesar $83,520 > 3,05$. Dapat diartikan bahwa H_4 diterima dan H_{04} ditolak, kesimpulannya kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas berpengaruh

secara simultan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam SPSS digunakan untuk memperkirakan besarnya kontribusi variabel bebas (independen) dapat mempengaruhi variabel terikat (dependen). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada hasil output *Model Summary*, untuk besarnya koefisien determinasi atau *R Square* berkisar antara 0-1.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.601	.594	1.952

Sumber : Data Primer, diolah dengan SPSS 21.0

Dari hasil pengujian koefisien determinasi data diatas besarnya nilai *R Square* adalah 0,601 dan diartikan bahwa ketiga variabel bebas yaitu kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas mampu menjelaskan variabel terikatnya yaitu minat menabung. Dapat disimpulkan kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas dapat menjelaskan adanya pengaruh terhadap minat menabung sebesar 60,1%. Sedangkan sisanya 39,9% dijelaskan pada variabel lain diluar penelitian ini.

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai hasil pengolahan data yang sebelumnya dilakukan pada bab IV untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas dan terikatnya. Pembahasan ini untuk menjawab rumusan masalah terkait dengan kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi dengan jumlah 170 responden. Berikut adalah hasil analisis dari bab sebelumnya akan dijabarkan sebagai berikut:

A. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

Hasil pengujian parsial antara variabel kepercayaan terhadap variabel minat menabung menggunakan SPSS 21.0 pada tabel 4.9, memiliki nilai signifikansi sebesar $0,542 > 0,05$ dan $T_{hitung} 0,611 < 1,663$ pada variabel kepercayaan. Dapat diketahui bahwa H_1 ditolak dan H_01 diterima, yang artinya “kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi”. Sehingga dari hasil uji parsial tersebut dapat disimpulkan tidak adanya pengaruh antara variabel kepercayaan dengan variabel minat menabung.

Menurut Lewicki R.J dan Wiethoff, kepercayaan adalah kemauan atau keinginan seseorang untuk bertindak yang didasari kata-kata, tindakan, dan keputusan orang lain.⁷⁷ Dari teori tersebut dapat

⁷⁷ Morton Deutsch, Peter T. Coleman, dan Eric C. Marcus, *Conflict Resolution Theory and Practice*, (San Fransisco: Jossey-Bass, 2006), 87.

diketahui bahwa tingkat kepercayaan yang terbentuk antara nasabah dengan pihak bank, maka kemungkinan besar bisnis perbankan yang dijalankan akan tercipta lebih instensif. Karena bank harus membentuk rasa percaya terhadap nasabahnya agar nasabah yakin menabung uangnya di bank tersebut.

Tolok ukur yang digunakan untuk mengetahui kepercayaan ada empat menurut Zigmund dalam Altje Tumbel, yaitu pelayanan terbaik, konsisten, lengkap, bernilai, dan menepati janji.⁷⁸ Berdasarkan tolok ukur tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut :

- 1) Pelayanan terbaik, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 52,9%, setuju sebesar 45,3%, kurang setuju 0,9%, dan tidak setuju sebesar 0,9%.
- 2) Konsisten, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 39,4%, setuju sebesar 53,5%, dan kurang setuju sebesar 7,1%.
- 3) Lengkap, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 41,8%, setuju 51,2%, kurang setuju sebesar 3%, tidak setuju 1%, kurang setuju 3,2%, dan sangat tidak setuju 3%.
- 4) Bernilai, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 41,8%, setuju sebesar 51,2%, kurang setuju sebesar 3%, tidak setuju 1%, dan sangat tidak setuju 3%.
- 5) Menepati janji, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 42,9%, setuju sebesar 50,6%, kurang setuju 2,75%, tidak setuju 1%, dan sangat tidak setuju 2,75%

⁷⁸ Altje Tumbel, "Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan", LPPM Bidang EkoSosBudKum, 3 (2016), 67.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian data secara parsial antara kepercayaan dengan minat menabung, membuktikan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi. Dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,542 > 0,05$ dan $T_{hitung} 0,611 < 1,663$.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang terdapat di tabel 2.1, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lukman Nul Khakim dengan judul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Iklan, Tingkat Kepercayaan, dan Produk terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI Syariah KC Semarang” yang hasilnya adalah tingkat kepercayaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank BRI Syariah KC Semarang. Penelitian lain yang dilakukan oleh Kartika Ayuningtyas dan Hendra Gunawan dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam”⁷⁹ yang hasilnya adalah kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi Bukalapak pada mahasiswa Politeknik Negeri Batam.

Berdasarkan pada hasil uji yang telah dilakukan, kepercayaan kurang mampu menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Mandiri. Meskipun Bank Mandiri memberikan pelayanan yang baik dan konsisten, informasi yang lengkap, dan merupakan merek bank

⁷⁹ Kartika Ayuningtyas & Hendra Gunawan, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam", *Journal of Applied Business Administration*, 2 (2018), 152.

yang terkenal di Indonesia. Hal ini karena adanya kasus perubahan saldo nasabah oleh kesalahan sistem, ada nasabah yang saldoanya bertambah, berkurang, dan menjadi nol. Menurut data *top brand* pada tabel 1.2 tahun 2019, Tabungan Mandiri tidak masuk dalam kategori *top* dengan persentase 9,0% dan tahun 2020 persentasenya turun menjadi 7,3%.

B. Pengaruh jaminan rasa aman terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

Hasil pengujian parsial antara variabel jaminan rasa aman terhadap variabel minat menabung menggunakan SPSS 21.0 pada tabel 4.13, memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $T_{hitung} 5,891 > 1,653$ pada variabel jaminan rasa aman. Dapat diketahui bahwa H_2 diterima dan H_{02} ditolak, yang artinya “jaminan rasa aman berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi”. Sehingga dari hasil uji parsial tersebut dapat disimpulkan adanya pengaruh signifikan antara variabel jaminan rasa aman dengan variabel minat menabung.

Menurut M. Nur Rianto, jaminan rasa aman adalah perilaku yang dapat dipercaya sehingga nasabah yakin bahwa transaksi yang dilakukan benar dan tepat sasaran.⁸⁰ Bank harus mampu menjamin kebutuhan rasa aman calon nasabahnya agar nasabah tersebut berminat dengan produk perbankan yang ditawarkan. Jika jaminan rasa aman terpenuhi, rasa percaya nasabah terhadap pihak bank juga akan meningkat.

⁸⁰ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabetika,2010),13.

Tolok ukur yang biasa digunakan untuk dari jaminan rasa aman yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam Setyawan dan Japariantto ada empat, yaitu kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan.⁸¹ Berdasarkan tolok ukur tersebut, diperoleh hasil pengisian kuesioner sebagai berikut :

- 1) Kompetensi, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 39,4%, setuju sebesar 51,2%, kurang setuju 5%, tidak setuju 2,2%, dan sangat tidak setuju 2,2%.
- 2) Kesopanan, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 41,2%, setuju sebesar 54,1%, kurang setuju 1,5%, tidak setuju 2,2%, dan sangat tidak setuju 1%.
- 3) Kredibilitas, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 39,4%, setuju sebesar 54,7%, kurang setuju 2,4%, tidak setuju 2,4%, dan sangat tidak setuju 1,1%.
- 4) Keamanan, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 40%, setuju sebesar 53,5%, kurang setuju 4%, tidak setuju 1%, dan sangat tidak setuju 1,5%.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian data secara parsial antara variabel jaminan rasa aman terhadap variabel minat menabung adalah bahwa jaminan rasa aman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan T_{hitung} sebesar 5,891.

⁸¹ Yohana Nesya Setyawan & Edwin Japariantto, "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya", Jurnal Manajemen Pemasaran, No. 2 (2014), 2.

Penelitian ini sesuai dengan dua penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel 2.1, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yhosa Angeliani dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banda Aceh” yang hasilnya adalah jaminan rasa aman sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Masro Atul Fuadah dengan judul “Pengaruh Jaminan Rasa Aman, E-Banking, dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI Syariah Kota X” yang hasilnya jaminan rasa aman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank BNI Syariah Kota X.

Berdasarkan pada hasil uji yang telah dilakukan, jaminan rasa aman berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri. Dibuktikan oleh data *top brand* pada tabel 1.2 tahun 2021, persentase Tabungan Mandiri mengalami peningkatan sebesar 1,6% menjadi 8,9%. Kemudian tahun 2022 Tabungan Mandiri masuk dalam kategori *top* pada posisi ketiga dengan persentase 11,5%. Artinya kepercayaan nasabah Bank Mandiri kembali karena jaminan keamanannya yang awalnya mengalami penurunan persentase di tahun 2020.

C. Pengaruh aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

Hasil pengujian parsial antara variabel aksesibilitas terhadap variabel minat menabung menggunakan SPSS 21.0 pada tabel 4.9, memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $T_{hitung} 3,594 > 1,653$

pada variabel jaminan rasa aman. Dapat diketahui bahwa H_3 diterima dan H_{03} ditolak, yang artinya “aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi”. Sehingga dari hasil uji parsial tersebut dapat disimpulkan adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel aksesibilitas dengan variabel minat menabung.

Menurut Sammeng, aksesibilitas adalah kemudahan seseorang untuk berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain meskipun jaraknya dekat maupun jauh.⁸² Ketersediaan fasilitas penunjang dalam bertransaksi seperti kantor cabang, kantor cabang pembantu, jaringan ATM, *mobile banking*, dll akan memudahkan akses nasabah untuk mendapatkan layanan. Tentunya nasabah juga akan merasa puas dan akan terus menggunakan jasa bank tersebut.

Tolok ukur yang biasa digunakan dari aksesibilitas yang dikemukakan oleh Soekadji dalam Deviana ada tiga, yaitu akses informasi, akses kondisi jalan, dan tempat akhir perjalanan.⁸³ Berdasarkan tolok ukur tersebut, diperoleh hasil pengisian kuesioner sebagai berikut :

- 1) Akses informasi, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 40,6%, setuju sebesar 47,6%, kurang setuju sebesar 7,1%, tidak setuju sebesar 2,35%, dan sangat tidak setuju sebesar 2,35%.

⁸² Andi Sammeng, Cakrawala Pariwisata, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).

⁸³ Sevi Mita Deviana, "Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Pantai Nglambor Gunungkidul Yogyakarta", (Skripsi--Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2019), 27-28.

- 2) Akses kondisi jalan, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 54,1%, setuju sebesar 39,4%, kurang setuju sebesar 3,3%, tidak setuju sebesar 2,2%, dan sangat tidak setuju sebesar 1%.
- 3) Tempat akhir perjalanan, diperoleh tanggapan sangat setuju sebesar 47,1%, setuju sebesar 47,6%, kurang setuju sebesar 1,1%, tidak setuju sebesar 1,1%, dan sangat tidak setuju sebesar 5,3%.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian data secara parsial antara variabel aksesibilitas terhadap variabel minat menabung adalah bahwa aksesibilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan T_{hitung} sebesar 3,594.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel 2.1, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yhosa Angeliani dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banda Aceh” yang hasilnya aksesibilitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ahmad Fuad Azhar dengan judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta” yang hasilnya aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Kasihan Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, aksesibilitas juga berpengaruh terhadap kenaikan Tabungan Mandiri. Saat ini, Bank Mandiri

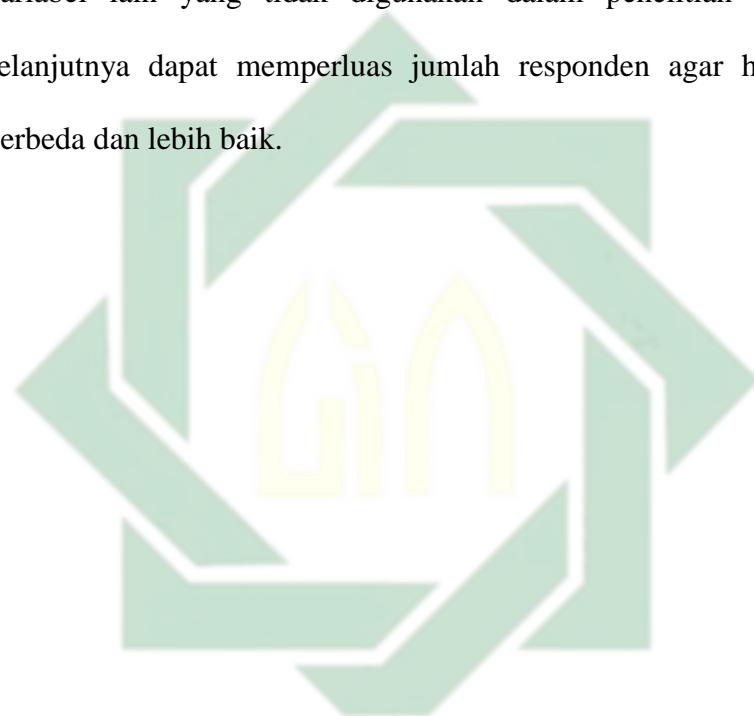
didukung oleh 139 kantor cabang dan 2.304 kantor cabang pembantu yang beroperasi di seluruh Indonesia, 7 kantor cabang luar negeri, dan 11 anak perusahaan. Juga didukung oleh 145 *payment point*, 59 kas *mobile*, 27 kas *mobile* mikro, dan jaringan ATM sebanyak 18.291. Ketersediaan fasilitas-fasilitas penunjang tersebut dapat dijadikan sarana penunjang dalam bertransaksi. Adanya agen mandiri link di toko-toko kelontong juga memudahkan jangkauan nasabah untuk melakukan transaksi.

D. Pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi

Hasil pengujian secara simultan pada ketiga variabel bebas yaitu kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap satu variabel terikat yaitu minat menabung pada tabel 4.10, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan F_{hitung} sebesar $83,520 > 3,05$. Dapat diartikan bahwa H_4 diterima dan H_{04} ditolak, dengan H_4 yang menyatakan bahwa ‘kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi’. Sehingga dari hasil uji simultan tersebut dapat diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama pada kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung.

Dalam minat menabung ada tiga penentu yang secara bersama-sama akan mempengaruhi calon nasabah sebelum memakai produk tabungan, yaitu kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas. Calon nasabah yang akan memakai produk tabungan akan mempertimbangkan terlebih dahulu minat menabung dari adanya pengaruh kepercayaan,

jaminan rasa aman, dan aksesibilitas dengan presentase sebesar 60,1%. Hal tersebut diketahui dari pengujian koefisien determinasi (R^2) yang dilakukan dan diperoleh hasil yaitu kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas mampu menjelaskan adanya pengaruh terhadap minat menabung sebesar 60,1%. Sedangkan sisanya yaitu 39,9% dijelaskan pada variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah responden agar hasil penelitian berbeda dan lebih baik.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis yang sudah dilakukan kepada nasabah Bank Mandiri, maka hasil yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil pengujian antara variabel kepercayaan dengan variabel minat menabung dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

Kemudian dari hasil pengujian antara variabel jaminan rasa aman dengan variabel minat menabung dapat ditarik kesimpulan bahwa jaminan rasa aman secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

Dan pengujian antara variabel aksesibilitas dengan variabel minat menabung dapat ditarik kesimpulan bahwa aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

2. Dari hasil pengujian simultan antara variabel bebas yaitu kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas dengan variabel terikatnya minat menabung dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Mandiri di Ngawi.

Dengan perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 60,1%

merupakan nilai yang mampu menjelaskan minat menabung dari ketiga variabel bebas yaitu kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas. Persentase sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan diperolehnya hasil analisis, dilakukannya pembahasan dan kesimpulan seperti diatas, berikut merupakan beberapa saran yang dapat disampaikan peneliti yang ditujukan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya:

1. Bagi perusahaan

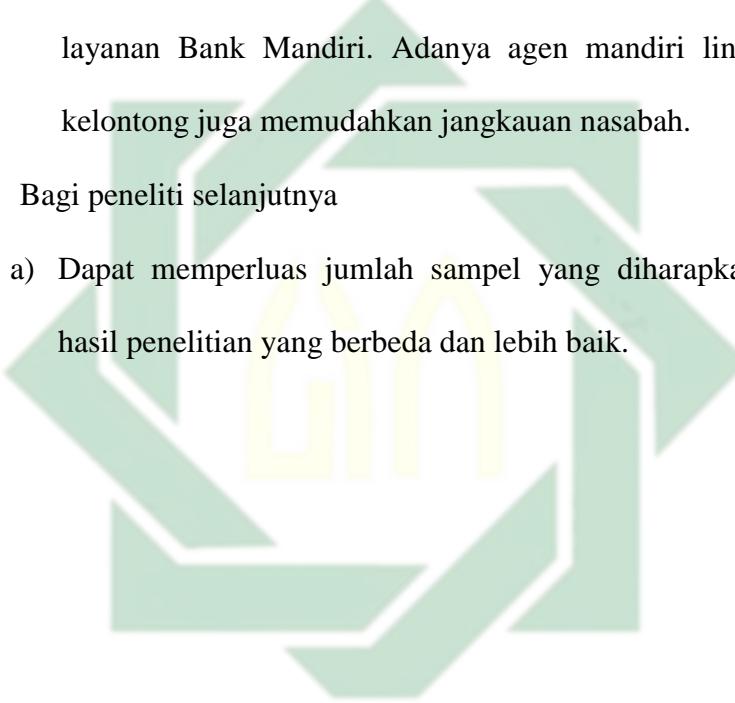
- a) Berdasarkan hasil penelitian terkait variabel kepercayaan yang tidak berpengaruh, saran yang dapat diberikan adalah Bank Mandiri terus melakukan inovasi untuk kemudahan dan kenyamanan calon nasabah agar berminat menabung di Bank Mandiri, sedangkan untuk nasabah Bank Mandiri agar mereka menjadi nasabah yang loyal. Bank Mandiri harus memperbaiki citra perusahaan terkait isu-isu yang beredar di masyarakat terkait modus *skimming* dan perubahan saldo nasabah akibat kesalahan sistem. Bank Mandiri juga perlu melakukan peningkatan dari segi pelayanan (tatap muka maupun sambungan *call center*), promosi melalui media cetak maupun sosial media, dan memberi pengetahuan mengenai produk-produk Bank Mandiri kepada calon nasabah dan nasabah agar mereka lebih percaya dan akan terus memakai produk Bank Mandiri.

- b) Untuk variabel jaminan rasa aman dalam penelitian ini, Bank Mandiri perlu mempertahankan dan meningkatkan jaminan rasa aman sekaligus memperhatikan faktor lain yang dapat mempengaruhi minat menabung calon nasabah. Jaminan rasa aman menyangkut penilaian nasabah terhadap berbagai risiko yang mungkin terjadi kepada nasabah terkait dengan uang yang ditabung, meskipun Bank Mandiri telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan menjaminkan dana simpanan nasabah kepada Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), namun LPS juga membatasi nominal penjaminan tersebut. Bank Mandiri juga harus memperhatikan isu-isu yang beredar dimasyarakat terkait perubahan saldo nasabah, ada nasabah yang saldoanya bertambah, berkurang, dan menjadi nol, isu lain yaitu terdapat nasabah yang menjadi korban modus penukaran kartu debit dan penguasaan PIN. Bank Mandiri harus memperbaiki reputasi demi menjaga citra perusahaan. Jika jaminan rasa aman telah didapatkan nasabah, mereka tidak akan khawatir kehilangan uangnya, atas dasar tersebut nasabah minat menabungkan uangnya di bank.
- c) Untuk variabel aksesibilitas dalam penelitian ini, Bank Mandiri harus mempertahankan dan meningkatkan aksesibilitas untuk keterjangkauan nasabah demi mendapatkan layanan. Dengan memberikan informasi mengenai lokasi kantor cabang, jaringan ATM yang ada, nomor *call center*, dan nomor WhatsApp resmi Bank Mandiri. Juga didukung pembukaan rekening secara online,

hal tersebut sangat memudahkan calon nasabah dan dapat mengurangi mobilitas saat pandemi Covid-19. Dikarenakan pada era digital seperti saat ini juga diperlukan respon yang cepat tanggap, keberadaan *call center* yang dapat dihubungi setiap saat juga akan memudahkan nasabah dalam menyelesaikan kendala dalam bertransaksi maupun mencari informasi terkait produk dan layanan Bank Mandiri. Adanya agen mandiri link di toko-toko kelontong juga memudahkan jangkauan nasabah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a) Dapat memperluas jumlah sampel yang diharapkan memberikan hasil penelitian yang berbeda dan lebih baik.



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, Fadlurrahman Prasetyo. "Expertise, Attractiveness, Dan Trustworthiness Sebagai Pembentuk Attitude Serta Implikasinya Terhadap Purchase Intention: Studi Pada Konteks Online Review Yang Di Buat Oleh Gerry Girianza Pada Produk Makanan Sei Sapi Lamalera Di Platform Youtube". Skripsi--Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School Jakarta, Jakarta, 2018.
- Agung, Anak Agung Putu, dan Anik Yuesti. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bali: CV Noah Aletheia, 2019.
- Angeliani, Yhosa. "Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Banda Aceh". Skripsi--Universitas Muhammadiyah Aceh, Aceh, 2019.
- Arief, Tegar, "Manakah Lebih Parah, Dampak COVID-19 Atau Krisis 2008? Ini Faktanya" *Bisnis.Com*, 2020. Dalam <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200401/9/1220803/manakah-lebih-parah-dampak-covid-19-atau-krisis-2008-ini-faktanya>.
- Arikunto, Suharsimi. *Penelitian Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhineka Cipta, 2002.
- Ariyanti, Widhi Diyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank CIMB NIAGA SYARIAH Di Surabaya". Skripsi--Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya, Surabaya, 2015.
- Award, Top Brand. "Top Brand Award 2022". Dalam <https://www.topbrandaward.com/top-brand-index/>.
- Azhar, Ahmad Fuad. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta". Skripsi--Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, 2016.
- Bank, Responsi. "Bank Mandiri|Responsi Bank". Dalam <https://responsibank.id/banks/bank/bank-mandiri/>.
- Bari'ah, Zaenal Abidin, dan Harlina Nurtjahjanti. "Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Ungaran" *Jurnal Psikologi* Universitas Diponegoro Semarang, 2009.
- Deutsch, Morton, Peter T. Coleman, dan Eric C. Marcus. *Conflict Resolution Theory and Practice*. San Francisco: Jossey-Bass, 2006.
- Deviana, Sevi Mita. "Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, Dan Fasilitas Terhadap

Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Pantai Nglambor Gunungkidul Yogyakarta". Skripsi--Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Yogyakarta, 2019.

Fauzia, Mutia. "Cara Buka Rekening Bank Mandiri Online, Tanpa Perlu ke Kantor Cabang". *Kompas*, 26 September 2021. Dalam <https://amp.kompas.com/money/read/2021/09/26/165327426/cara-buka-rekening-bank-mandiri-online-tanpa-perlu-ke-kantor-cabang>.

_____. "Kronologi Lengkap Uang Nasabah Bank Mandiri Hilang Rp 128 Juta". *Kompas*, 22 Mei 2021. Dalam <https://amp.kompas.com/money/read/2021/05/22/212643626/kronologi-lengkap-uang-nasabah-bank-mandiri-hilang-rp-128-juta>.

Finaka, Andrean W. "Bank Bocorkan Data Nasabah, Bolehkah?". *Indonesia Baik*, 2019. Dalam <https://indonesiabaik.id/infografis/bank-bocorkan-data-nasabah-bolehkah>.

Fuadah, Masro Atul. "Pengaruh Jaminan Rasa Aman, E-Banking, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BNI Syariah Kota X". Skripsi--Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Tulungagung, 2019.

Guntara, Aldi. "Pengaruh Tingkat Suku Bunga Dan Inflasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Mandiri Cabang Balai Kota Medan". Skripsi--Universitas Dharmawangsa Medan, Medan, 2020.

Hadiansyah, Mahendra Nur. "Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aksesibilitas Dalam Ruang Pelayanan Publik Studi Kasus: BPJS Kesehatan Cabang Utama Bandung" *Jurnal Desain Interior*. Vol. 2. No. 1. 2017.

Info, Tim BUMN. "5 Strategi Bisnis Bank Mandiri Hadapi Persaingan Bisnis Digital". *BUMN Info*, 9 September 2021. Dalam <https://www.bumn.info/sorotan-info/berita/5-strategi-bisnis-bank-mandiri-hadapi-persaingan-bisnis-digital>.

Irtanti, Ervi Wihda. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya)". Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2019.

Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.

Jhondri. "Pengaruh Aksesibilitas, Jaminan Rasa Aman, dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai". Skripsi--UIN Raden Fatah Palembang, Palembang, 2021.

Kansil, C.S.T. *Hukum Tata Negara Republik Indonesia*. Jakarta: Rhineka Cipta, 2000.

Kartika, Ayuningtiyas, dan Hendra Gunawan. "Pengaruh Kepercayaan,

- Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam" *Journal of Applied Business Administration*. Vol. 2. No. 1. 2018.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. London: Pearson Education, 2011.
- LPS. "Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 Tentang LPS". Dalam https://www.lps.go.id/uu_perpu/-/asset_publisher/Z2kn/content/undang-undang-no-24-tahun-2004-tentang-lembaga-penjamin-simpanan.
- _____. "Kewajiban Bank Peserta". Dalam <https://lps.go.id/kewajiban-bank-peserta>.
- Mandiri, Bank. "Kantor Cabang Luar Negeri Bank Mandiri". Dalam <https://www.bankmandiri.co.id/kantor-cabang-luar-negeri-bank-mandiri>.
- _____. "Profil Perusahaan - Bank Mandiri". Dalam <https://www.bankmandiri.co.id/profil-perusahaan>.
- _____. "Simpanan". Dalam <https://www.bankmandiri.co.id/simpanan-perseorangan>.
- Ngawi, BPS. *Berita Resmi Statistik Hasil Sensus Kabupaten Ngawi 2020*. Ngawi, 2021.
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Pasha, Aufi Ramadhania. "Belajar Dari Kasus Bank Mandiri Nasabah, Lakukan Ini Saat Sistem Bank Eror". *Cermati*, 24 Juli 2021. Dalam <https://www.cermati.com/artikel/belajar-dari-kasus-bank-mandiri-nasabah-lakukan-ini-saat-sistem-bank-eror>.
- Pranidana, Sauca Ananda. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik BCA". Skripsi--Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, 2011.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen: dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabet, 2017)
- Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: Jagad Publishing, 2019.
- Putri, Yulia et. al "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas" *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 16. No. 1. 2019.
- Raharjo, Sahid. "Makna Koefisien Determinasi (R Square) Dalam Analisis

- Regressi Linier Berganda". Dalam <http://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>.
- Ramli, Rully R. "Bank Mandiri Jadi Bank Terbaik Di Indonesia Versi Global Finance". *Kompas*, 16 Mei 2021. Dalam <https://amp.kompas.com/money/read/2020/05/16/141000426/bank-mandiri-jadi-bank-terbaik-di-indonesia-versi-global-finance>.
- Rianto, M. Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublisher, 2020.
- Sammeng, Andi. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Sangadji, Eta Mamang, dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Setyawan, Yohana Nesya, dan Japarianti Edwin. "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya" *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2. No. 1. 2014.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Graha Indonesia, 2011.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Syahrum, dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapusaka Media, 2012.
- Tias, Sri Wahyuning. "Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, Dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi di Bank Syari'ah Studi pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah". Skripsi--UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2018.
- Tim Pengembang Ilmu Pendidikan UPI. *Ilmu Dan Aplikasi Pendidikan*. Jakarta: PT Imperial Bhakti Utama, 2009.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*.

Yogyakarta: Andi, 2005.

Tumbel, Altje. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan" *LPPM Bidang EkoSosBudKum*. Vol. 3. No.1. 2016.

Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Wibowo, Agung Edi. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media, 2012.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A