

**PENGARUH PROMOSI DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH TABUNGAN SIMPEDA DI BANK SUMSEL BABEL
CABANG KOTA PRABUMULIH**

Adji Pangestu Putra Jamendra

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Prabumulih

Email : adjiashter354@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan persepsi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan SPSS versi 22. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan cara observasi, wawancara dan kuisioner. Yang kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t parsial, uji F, dan Uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah (Y). Terlihat dari t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,742 > 1,988$) dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$) yang berarti H_1 diterima. kemudian variabel Persepsi (X2) juga berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). Terlihat dari t-hitung lebih besar dari t-tabel ($6,522 > 1,988$) dan dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$) yang berarti H_2 diterima. Selanjutnya didapat bahwa Promosi dan Persepsi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Yang dapat dilihat dari F-hitung $>$ F-tabel, ($67,839 > 3,11$). Dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dan Berdasarkan nilai *Adjusted R square* yaitu sebesar 0,611 atau (61,1 %) yang berarti bahwa pengaruh Promosi dan Persepsi terhadap Keputusan Nasabah memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih sebesar 0,611 atau (61,1 %). Sedangkan sisanya 38,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian misalnya seperti kualitas produk, citra merk dan lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi, Persepsi dan Keputusan Nasabah

PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang sangat penting dalam perekonomian. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menyatakan bahwa, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk- bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dengan demikian, bank merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Perilaku bank kepada nasabah dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi nasabah terhadap karakteristik perbankan itu sendiri.

Dalam menginterpretasikan suatu informasi, setiap individu tentunya mempunyai persepsi atau pandangannya masing-masing meski informasi yang di berikan adalah hal yang sama. Hal ini yang menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi bank untuk dapat menarik nasabah untuk menggunakan produknya. Oleh karena itu, diperlukan informasi yang cukup bagi calon nasabah, karena tidak semua mengetahui mengenai manfaat, dan keunggulan produk-produk yang di keluarkan.

PT Bank Pembangunan Daerah Sumsel yang merupakan badan hukum Bank Sumsel Babel adalah bank daerah yang saham terbesarnya di miliki oleh pemerintah daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung. Dimana saat ini sudah memiliki 25 kantor cabang yang tersebar di seluruh wilayah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung. Salah satu cabangnya adalah Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih, yang terletak di Jl. Jenderal Sudirman No.19 Muara Dua Kecamatan Prabumulih Timur Kota Prabumulih. Bank ini merupakan salah satu kantor cabang Bank Sumsel Babel dengan wilayah operasional Kota Prabumulih. Ada banyak produk dan layanan yang ditawarkan dibank ini, dan salah satu jenis produk dan layanan yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih adalah simpanan (tabungan). Jenis produk simpanan (tabungan) yang ada di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih ini terdiri dari Simpeda (Simpanan Pembangunan Daerah), Pesirah (Penggerak Potensi Daerah), TabunganKu, Tasbih Dan lain-lain.

Tabungan Simpeda dan Pesirah merupakan produk andalan Bank Sumsel Babel dalam menghimpun dana dari masyarakat. Dan berikut adalah penyajian data jumlah nasabah tabungan Simpeda dan Pesirah di Bank Sumsel Babel Cabang Kota

Prabumulih dari bulan Oktober sampai dengan Desember 2020 :

Jenis Tabungan	Oktober (Orang)	November (Orang)	Desember (Orang)
Simpeda	32.893	33.117	33.366
Pesirah	8.561	8.570	8.617
Total	41.454	41.687	41.983

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui diantara produk andalan bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih yaitu tabungan Simpeda dan Pesirah jumlah nasabah tabungan simpeda lebih banyak di bandingkan jumlah nasabah tabungan pesirah. Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa produk tabungan Simpeda adalah produk tabungan yang paling banyak diminati di bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih.

Dalam upayanya menarik minat calon nasabah untuk memutuskan memilih produk tabungan Simpeda, hal tersebut pada praktiknya ternyata dipengaruhi oleh promosi yang ditawarkan dari pihak bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih seperti program undian berhadiah, penawaran biaya setoran awal yang murah, dan biaya administrasi bulanan yang ringan. Selain dari promosi ada juga persepsi dari calon nasabah itu sendiri yang mempengaruhi keputusannya untuk memilih produk tabungan Simpeda, salah satunya adalah calon nasabah merasa adanya keringanan

dalam biaya setoran awal pembukaan rekening ditambah dengan layanan yang diberikan dari produk tabungan Simpeda seperti *SMS banking*, *Mobile banking*, *ATM* bersama dan lain-lain, dimana dengan adanya layanan tersebut akan sangat membantu calon nasabah dalam kemudahan bertransaksi.

Dalam hal ini promosi dan persepsi menjadi erat kaitannya untuk memberikan dampak yang positif bagi perkembangan bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih terutama terhadap produk tabungan simpeda. Seperti rekomendasi masyarakat untuk memilih tabungan Simpeda di PT Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. Namun sebaliknya, jika nasabah tidak tertarik dan memiliki persepsi negatif terhadap tabungan Simpeda maka biasanya mereka akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain. Sehingga hal ini akan menimbulkan persepsi negatif di masyarakat. Dan kemungkinan buruknya masyarakat akan lebih memilih menabung di bank lain.

LANDASAN TEORI

Pengertian Promosi

Menurut Tjiptono (Dalam Permana 2017:118) Promosi adalah kegiatan yang tidak hanya mengenalkan suatu produk atau keunggulan pada produk tersebut namun kegiatan promosi dimaksudkan untuk dapat berkomunikasi dengan konsumen, sehingga

perusahaan dapat memperkenalkan, membujuk, dan dapat mempengaruhi, maupun mendorong konsumen untuk membeli produk maupun jasa yang telah ditawarkan perusahaan pada konsumen.

Pengertian Persepsi

Menurut Robbins (dalam Alizamar dan Nasbahry 2016:15) Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

Pengertian Keputusan Nasabah

Menurut Olson (dalam harahap dan Anggraini 2018:104) keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satunya.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan kerangka berpikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Di duga ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan simpeda di bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih.

H₂ : Di duga ada pengaruh persepsi terhadap keputusan nasabah memilih

tabungan simpeda di bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih.

H₃ : Di duga ada pengaruh promosi dan persepsi secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan simpeda di bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih.

METODE PENELITIAN

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No.19, Muara Dua, Kecamatan Prabumulih Timur, Kota Prabumulih, Sumatera Selatan.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 26 Oktober sampai dengan 30 Juni 2021.

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan simpeda pada Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih dari bulan Oktober sampai dengan Desember tahun 2020 sebanyak 614 nasabah.

Sampel Penelitian

Pengambilan sampel dilakukan secara sederhana (*simple random sampling*) yaitu siapa saja nasabah yang secara kebetulan ketemu peneliti, pada saat peneliti melakukan data kuesioner dapat digunakan sebagai sumber data. Teknik ini digunakan karena semua populasi

mempunyai kesempatan yang sama untuk jadi anggota sampel, juga karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana penelitian diperkirakan tidak akan cukup. Maka sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% .

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Standar Error (10%)

Maka dapat ditentukan sampel dari penelitian ini adalah:

$$n = \frac{614}{1 + 614(0,1)^2}$$

$$n = \frac{614}{7,14}$$

$n = 85,994397759103$ (dibulatkan menjadi 86 responden).

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020:104)

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi

b. Wawancara

c. Studi Pustaka

d. Angket/Quisioner

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:166), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial maupun alam yang diamati. Instrumen penelitian digunakan sebagai alat pengumpul data, dan instrumen yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan serta kuesioner yang disampaikan dan diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian pada saat observasi.

Dikarenakan pengumpulan data melalui kuesioner, maka faktor kesungguhan responden menjawab pertanyaan merupakan hal yang penting, oleh sebab itu perlu dilakukan pengujian-pengujian uji coba instrumen terhadap nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih yaitu:

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2020:181), Validitas merupakan ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Nurcahyo dan Riskayanto (2018:17) uji

validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria untuk penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

1. $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.
2. $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2020:182) Reliabilitas adalah data yang berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Cronbach Alpha (α), yaitu:

1. Apabila hasil koefisien Alpha $>$ taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut terpercaya.
2. Apabila hasil koefisien Alpha $<$ taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak terpercaya.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi berganda, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik terhadap variable yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana variabel-variabel tersebut menyimpang dari asumsi klasik. Asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas data, heterokedastisitas, multikolinearitas dan autokorelasi.

ANALISIS DATA

Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Rumus dari regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan nasabah

a : Konstanta regresi

b₁ : Koefisien regresi promosi

b₂ : Koefisien regresi persepsi

X₁ : Promosi

X₂ : Persepsi

e : Standar error

UJI HIPOTESIS

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Menurut Tanuwibowo dan Setiawan (2015:64) Uji t ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara parsial (per variabel) antara kelompok independen terhadap dependen.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
- b. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Menurut Tanuwibowo dan Setiawan (2015:66), uji signifikan simultan dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikan F pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada pembandingan antara nilai signifikansi 0,05 dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh.
- b. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara simultan penelitian ini berpengaruh.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Dalam Nurcahyo dan Riskayanto (2018:20) Analisis koefisien determinasi adalah koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh

kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (promosi dan persepsi) terhadap variabel Y (keputusan nasabah). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X1 dan X2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Var	N	Min	Max	Mean	Ket
X ₁	86	4,01	4,22	4,11	Baik
X ₂	86	3,70	4,30	3,98	Baik
Y	86	4,17	4,62	4,40	Sangat Baik

Variabel X1 adalah Promosi dengan skor tertinggi 4,22, sedangkan skor terendah 4,01, dan rata-rata sebesar 4,11, yang berarti promosi yang dilakukan sudah baik. Variabel X2 adalah Persepsi dengan skor tertinggi 4,30, skor terendah 3,70, dan rata-rata sebesar 3,98 yang berarti persepsi yang diberikan sudah baik. Variabel dependen (Y) adalah Keputusan Nasabah dengan skor tertinggi 4,62, skor terendah 4,17, dan rata-rata sebesar 4,40 yang berarti bahwa keputusan nasabah sudah sangat baik.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta				B	Std. Error			
1	(Constant)	15.475	2.464		6.281	.000	(Constant)	15.475	2.464	6.281	.000
	Promosi	.233	.062	.318	3.742	.000	Promosi	.233	.062	3.742	.000
	Persepsi	.475	.073	.554	6.522	.000	Persepsi	.475	.073	6.522	.000

Berdasarkan data diatas dapat dirumuskan persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 15,475 + 0,233 X_1 + 0,475 X_2 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 15,475 menyatakan bahwa jika tidak ada penambahan pada X₁ (Promosi) dan X₂ (Persepsi) maka Y (Keputusan Nasabah) adalah sebesar 15,475.
2. Nilai koefisien regresi X₁ (Promosi) sebesar 0,233 menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan Promosi maka Keputusan Nasabah meningkat sebesar 0,233.
3. Nilai koefisien regresi X₂ (Persepsi) sebesar 0,475 menyatakan bahwa Persepsi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan Persepsi maka Keputusan Nasabah meningkat sebesar 0,475.

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa:

1. Promosi

Berdasarkan hasil uji t diatas menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel (3,742 > 1,988) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Ini menunjukkan bahwa Promosi (X₁) berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y) memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih, Ini dapat menjelaskan bahwa **H1 diterima**.

2. Persepsi

Berdasarkan hasil uji t diatas menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel (6,522 > 1,988) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Ini menunjukkan bahwa Persepsi (X₂) berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y) memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih, Ini dapat menjelaskan bahwa **H2 diterima**.

Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F), uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh Promosi dan Persepsi terhadap Keputusan Nasabah, pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%), dengan kriteria :

- Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh.
- Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara simultan penelitian ini berpengaruh.
- Standar untuk nilai korelasi dibandingkan dengan f tabel, f tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data sebanyak 86 maka $df_1 = k-1 = 3-1 = 2$. Kemudian $df_2 = n-k = 86 - 3$ yaitu 83 maka di dapat f tabel sebesar 3,11 (lihat f tabel).

ANOVA ^a				
Model	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Regression	798.509	399.255	67.839	.000 ^b
Residual	488.479	5.885		

Berdasarkan uji F pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa Promosi (X1) dan Persepsi (X2) bersama-sama berpengaruh pada Keputusan Nasabah (Y) memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih.

Hal ini dapat diketahui dari F-hitung lebih besar dari F-tabel ($67,839 > 3,11$) nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Ini dapat menjelaskan bahwa **H3 diterima**.

Hasil Pengujian Analisis Koefisien Determinasi (R_2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.788 ^a	.620	.611

Berdasarkan Tabel diatas maka dapat diperoleh Adjusted R square sebesar 0,611 atau (61,1%). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Promosi (X1), Persepsi (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih sebesar 0,611 atau (61,1%). Sedangkan sisanya 38,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian misalnya seperti kualitas produk, citra merk dan lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian dari data-data yang telah disajikan diatas, maka dilakukan pembahasan hasil penelitian. Hasil

pembahasan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y). Terlihat dari t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,742 > 1,988$) dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$). Hal ini membuktikan hipotesis penelitian bahwa : Promosi (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Y) memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih. Dengan nilai koefisien regresi promosi (X1) sebesar (0,233) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan Promosi (X1), maka Keputusan Nasabah (Y) juga bertambah sebesar (0,233).

b) Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial membuktikan bahwa variabel Persepsi (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). Terlihat dari t-hitung lebih besar dari t-tabel ($6,522 > 1,988$) dan dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$) . Hal ini membuktikan hipotesis penelitian bahwa Persepsi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Y) memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih. Dengan

nilai koefisien regresi Persepsi (X2) sebesar (0,475) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan Persepsi (X2), maka Keputusan Nasabah (Y) juga bertambah sebesar (0,475).

c) Pengaruh Promosi dan Persepsi terhadap Keputusan Nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi dan Persepsi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Terlihat dari F-hitung $>$ F-tabel, ($67,839 > 3,11$). Dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Pada tabel 4.18 Berdasarkan nilai Adjusted R square sebesar 0,611 atau (61,1 %). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Promosi dan Persepsi terhadap Keputusan Nasabah memilih tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih sebesar 0,611 atau (61,1 %). Sedangkan sisanya 38,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian misalnya seperti kualitas produk, citra merk dan lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan Pengaruh Promosi dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang

Kota Prabumulih. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a) Promosi (X1), secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dan t-hitung yang lebih besar dari t-tabel ($3,742 > 1,988$).
- b) Persepsi (X2), secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ dan t-hitung yang lebih besar dari t-tabel ($6,522 > 1,988$).
- c) Promosi (X1) dan Persepsi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dan nilai F-hitung yang lebih besar dari F-tabel ($67,839 > 3,11$).

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut:

- a) Promosi yang dilakukan Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih berada pada kategori yang baik dengan nilai

rata-rata senilai 4,11 hal ini sebaiknya dipertahankan.

Untuk meningkatkannya menjadi sangat baik ada hal-hal yang perlu ditingkatkan lagi mengenai adanya bonus undian berhadiah pada tabungan simpeda sehingga lebih menarik banyak minat calon nasabah untuk menggunakan tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih. Hal tersebut dibuktikan dari tanggapan responden yang menyatakan nilai rata-ratanya paling kecil dari yang lainnya yaitu sebesar 4,01.

- b) Persepsi nasabah terhadap tabungan Simpeda di Bank Sumsel Babel Cabang Kota Prabumulih umumnya berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata senilai 3,98 hal ini sebaiknya perlu untuk di tingkatkan lagi. Untuk meningkatkannya menjadi sangat baik ada hal-hal yang perlu ditingkatkan lagi mengenai tentang bagaimana meyakinkan nasabah untuk tetap merasa yakin, dan nyaman untuk terus menggunakan tabungan Simpeda dalam jangka waktu yang sangat lama. Hal tersebut dibuktikan dari tanggapan responden yang menyatakan nilai rata-ratanya paling kecil dari yang lainnya yaitu sebesar 3,70.
- c) Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap variabel lain selain promosi dan persepsi yang termasuk dalam

strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini dikarenakan penelitian ini belum memasukkan variabel atau faktor lain misalnya kualitas produk, citra merk dan lainnya yang mungkin dapat menyempurnakan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R.F. (2015). *Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus*. Jurnal Penelitian. Vol. X (1): 189-209.
- Alizamar. Couto, N. (2016). *Psikologi Persepsi & Desain Informasi*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Buchori, A., & Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dianah (2013). *Pengaruh Promosi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*. (Skripsi). Program Studi Mu'amalah Ekonomi Perbankan Islam, IAIN Syekh Nurjati, Cirebon.
- Effendi, U. (2019). *Asas Manajemen*. Edisi Ke-2. Cet. 4. Depok: Rajawali Pers.
- Harahap, Z. & Anggraini, J. *Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit Layanan Syariah*. Jurnal Penelitian. Vol IV (1): 102-120.
- Koeswara, S. & Muslimah. (2013). *Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA, Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple*. Jurnal PASTI. Vol. VIII (1): 1-13.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2020). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lolowang, I.R.A. (2019). *Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tipe Premium (Studi Pada Konsumen Kawanua Emerald City Akrland Manado)*. Jurnal Riset Dan Bisnis Manajemen. Vol. VII (1): 91-110.
- Montolalul, P. & Raintung, M.Ch. (2018). *Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado*. Jurnal EMBA. Vol. VI (3): 1808-1817.
- Nugraha, C. & Nuryadin, R. (2019). *Loyalitas Pelanggan : Dimensi Kualitas Layanan Jasa Pada Auto 2000*. Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan. Vol. I (1): 23-32.

- Nurchahyo, B. & Riskayanto (2018). *Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas WOM Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion*. Jurnal Nusamba. Vol. III (1): 14-29.
- Permana, D. I. (2017). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu PT. Piji Di Jawa Timur*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol II (1): 116-123.
- Prasetyo, B. & Rismawati, Y. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota*. Jurnal Formatif. Vol. II (2): 57-65.
- Prasetyo, A.Y. Fauzi, A. & Sanawiri, B. (2018). *Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa SI Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015, 2015/2016, Dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Dan Menggunakan Sepatu Converse)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. LXI(3): 207-214.
- Pride, W, & O.C. Ferrel. (2013). *Foundation of marketing*, South Western: Cengage Learning.
- Purwati, A.A., Kristanto, K, & Suhermin. (2019). *Analisis Pengaruh Brand Image, Diferensiasi Produk, Dan Strategi Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Agung Toyota Harapan Raya)*. Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol. VII No. 3: 286-296.
- Rahayu, E. (2018). *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran*. Journal of Science and Social Research. Vol. I (1): 7-12.
- Sari, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Simpeda Di Bank Jatim Cabang Surabaya*. Artikel Ilmiah. Vol. I (1): 1-15.
- Senggetang, V. Mandey, S.L. & Moniharapon, S. (2019). *Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*. Jurnal EMBA. Vol. VII (1): 881-890.
- Setiadi, N.J. (2019). *Prilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. III(7). Jakarta: Prenada Media Group.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. Bandung: In Media.
- Sudjana, N. & Ibrahim. (2014). *Penelitian dan Penilaian*

Pendidikan. Bandung: Sinar Baru Algesindo

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Tanuwiwibowo, M.H. & Setiawan, R. (2015). *Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Lestari Purnama Perkasa*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. III (2): 60-69

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Widowati, A.S. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*. *Jurnal Nominal*. Vol. VII (2): 141-156.