

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT MENABUNG DEPOSITO OLEH MAHASISWA  
YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Oleh:

Nama : Evana Beltika Raharjo

NIM : 17312101

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
MINAT MENABUNG DEPOSITO OLEH MAHASISWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana  
Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam  
Indonesia

Oleh:

Nama: Evana Beltika Raharjo

No. Mahasiswa: 17312101

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini idak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun yang sesuai dengan peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 12 November 2021  
Penulis,



(Evana Beltika Raharjo)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT MENABUNG DEPOSITO OLEH MAHASISWA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Oleh:

Nama: Evana Beltika Raharjo

No. Mahasiswa: 17312101

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Maulidyati', with a long horizontal stroke underneath.

(Maulidyati Aisyah,SE.,M.Com(Adv).,CMA.)

## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Deposito oleh Mahasiswa Yogyakarta

Disusun oleh : EVANA BELTIKA RAHARJO

Nomor Mahasiswa : 17312101

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Senin, 06 Desember 2021

Penguji/Pembimbing Skripsi : Maulidyati Aisyah, SE., M.Com(Adv)., CMA.

Penguji : Arif Fajar Wibisono, SE., M.Sc., CFra.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

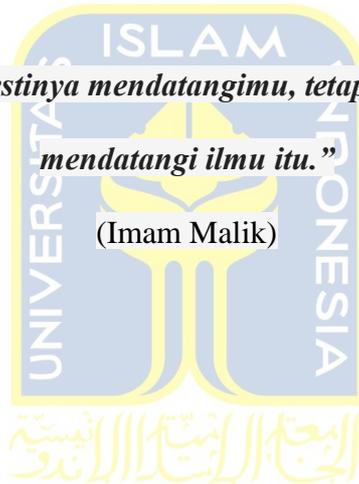
## MOTTO

*“Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu”*

(HR. Muslim)

*“Bukanlah ilmu yang semestinya mendatangimu, tetapi kamulah yang seharusnya mendatangi ilmu itu.”*

(Imam Malik)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya tulis ini untuk:

Papa, ibu, dan kaka saya yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, mendidik dan selalu menghibur saya dalam keadaan apapun, serta teman-teman saya yang membantu dan menemani selama ini.



## KATA PENGANTAR

*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirobil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang memiliki judul: **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Deposito oleh Mahasiswa Yogyakarta”** sebagai salah satu syarat memperoleh gelar (S1) di Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Tidak lupa sholawat dan salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi tauladan bagi seluruh umat muslim di muka bumi dalam berperilaku, menjadi insan yang bermanfaat bagi orang lain.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Nabi Mumahammad SAW yang telah menjadi suri tauladan.
3. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Maulidyati Aisyah,SE.,M.Com(Adv).,CMA selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan petunjuk, masukan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.

6. Seluruh dosen jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia atas ilmu yang telah diberikan sehingga dapat bermanfaat bagi peneliti dan menjadi bekal dalam pembuatan skripsi ini.
7. Orang tua dan kakak penulis yang selalu memberikan doa, motivasi, fasilitas, kasih sayang dan selalu mendukung penulis dalam keadaan apapun
8. Desy, Hanifah, dan Adel yang telah menndengarkan keluh kesah penulis, memberikan jawaban atas pertanyaan yang sangat banyak, dan memberi arahan dalam menulis tugas akhir ini
9. SB (Danne, Fitria, Nina, Sani, Vira) yang telah menemani penulis saat kuliah dan memberikan dukungan hingga saat ini.
10. Seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua.

Terima kasih atas doa dan dukungan yang ada selama ini. Semoga penelitian ini dapat memberi manfaat bagi semua pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

***Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Yogyakarta, November 2021

Evana Beltika Raharjo

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	4
1.3    Tujuan Penelitian .....	4
1.4    Manfaat Penelitian .....	4
1.5    Sistematika Penulisan .....	5
BAB II.....	6
KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1    Landasan Teori.....	6
2.1.1    Teori Planned Behavior (TPB) .....	6
2.1.2    Minat Menabung .....	7
2.1.3    Kualitas Produk.....	8
2.1.4    Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.5    Deposito .....	11
2.2    Penelitian Terdahulu .....	12

2.3 Hipotesis Penelitian .....	14
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Menabung.....	14
2.3.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Menabung .....	15
2.4 Kerangka Penelitian .....	16
<b>BAB III .....</b>	<b>17</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
3.1 Populasi dan Sampel .....	17
3.2 Jenis dan Sumber data.....	17
3.3 Teknik Pengambilan Sampling .....	17
3.4 Definisi Variabel Operasional Penelitian.....	18
3.4.1 Variabel Independen .....	18
3.4.2 Variabel Dependen.....	20
3.5 Metode Analisis Data.....	21
3.5.1 Uji Instrumen .....	21
3.5.1.1 Uji Validitas .....	21
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	22
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	22
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	22
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	22
3.5.3 Analisis Regresi Berganda.....	23
3.5.4 Koefisien determinansi (R <sup>2</sup> ) .....	23
3.5.5 Uji Hipotesis .....	24
3.5.5.1 Uji T .....	24
<b>BAB IV .....</b>	<b>25</b>
<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	25
4.2 Karakteristik Responden .....	25
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	25

4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	26
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Universitas .....	26
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Jurusan .....	27
4.2.5	Karakteristik Berdasarkan Yang Telah Mempunyai Deposito .....	29
4.3	Analisis Statistik Deskriptif .....	30
4.4	Uji Instrumen .....	31
4.4.1	Uji Validitas .....	31
4.4.2	Uji Realibilitas .....	32
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	32
4.5.1	Uji Normalitas .....	32
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	33
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	34
4.6	Analisis Regresi Berganda .....	34
4.7	Analisis Koefisien Determinansi (R <sup>2</sup> ) .....	35
4.8	Pengujian Hipotesis .....	36
4.8.1	Uji T .....	36
4.9	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis .....	37
BAB V	.....	39
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	39
5.1	Kesimpulan .....	39
5.2	Keterbatasan penelitian .....	39
5.3	Saran .....	39
5.4	Implikasi .....	40
DAFTAR PUSTAKA	.....	41
LAMPIRAN	.....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory Planned Behavior</i> (TPB).....	7
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	16



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Variabel Independen .....	18
Tabel 3.2 Indikator Variabel Dependen .....	23
Tabel 4.2.1 Data Jenis Kelamin Responden .....	25
Tabel 4.2.2 Data Usia Responden .....	26
Tabel 4.2.3 Data Universitas Responden .....	27
Tabel 4.2.4 Data Jurusan Responden.....	28
Tabel 4.2.5 Data Reponden Yang Telah Mempunyai Deposito.....	29
Tabel 4.3 Data Hasil Statistik Deskriptif.....	30
Tabel 4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 4.4.2 Hasil Uji Realibilitas.....	32
Tabel 4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	33
Tabel 4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	33
Tabel 4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinansi.....	35
Tabel 4.7.1 Hasil Uji T.....	36



## **ABSTRACT**

*This research aims to examine and obtain information about the correlation of product quality and service quality toward interest in saving deposits by Yogyakarta students. The research's population is students who are currently studying in Yogyakarta. This research used a quantitative method using primary data. The data was obtained by distributing online questionnaires and using the purposive sampling method so that the data obtained were 115 respondents. This research used the SPSS application program to process the data. As a result, this study proves that product quality and service quality have a positive and significant effect on interest in saving deposits in banks.*

**Keywords:** *product quality, service quality, interest in saving*



## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan memperoleh informasi mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara online dan menggunakan metode purposive sampling sehingga data yang didapat sebanyak 115 responden. Alat uji untuk mengolah data menggunakan program aplikasi SPSS. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung deposit.

**Kata Kunci:** kualitas produk, kualitas pelayanan, minat menabung



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini sektor perbankan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2020 terdapat 109 jumlah bank umum yang berada di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sudah mempercayai lembaga keuangan untuk menyimpan dana, salah satunya yaitu bank. Menurut Undang-undang No 10 tahun 1998 mengenai Perbankan, bank merupakan 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. Perbankan dalam melaksanakan kegiatan operasional, menggunakan sumber dana yang berasal dari masyarakat. Salah satu sumber dana adalah Dana Pihak Ketiga (DPK). DPK merupakan dana yang telah terkumpul yang berasal dari masyarakat, yang terdiri atas tabungan, deposito, dan giro (Kasmir dalam D. Setiawan dan Afrianti, 2018). Menurut Otoritas Jasa Keuangan tahun 2016 hingga 2020 terdapat peningkatan jumlah total sumber dana yang berasal dari DPK Bank Umum di Indonesia. Meningkatnya sumber dana dan banyaknya bank yang terdapat di Indonesia menyebabkan adanya persaingan antar bank. Para manajemen perbankan bersaing untuk mengeluarkan berbagai inovasi dalam menciptakan produk atau jasa perbankan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah guna memperoleh keuntungan yang optimal. Selain menciptakan kualitas produk yang baik, kualitas pelayanan juga dapat memberikan daya saing bagi perbankan (Suwanto dan Anggraini, 2019).

Akibat Pandemi tahun 2020 ekonomi seluruh dunia mengalami penurunan dan hampir setiap negara melakukan pembatasan aktivitas (Kemenkeu, 2021) termasuk Indonesia. Kondisi

pandemi yang belum diketahui kapan akan berakhir menyebabkan masyarakat harus pintar dalam melakukan perencanaan keuangan dengan baik, termasuk untuk mahasiswa. Masih mendapatkan penghasilan dari orang tua tidak jarang mahasiswa memiliki masalah dalam mengelola keuangan sehingga rata-rata tidak mempunyai dana simpanan untuk keperluan yang tiba-tiba dikemudian hari (Sekarwati dan Susanti, 2020). Menurut hasil survei yang dilakukan (Populix, 2020) kelompok usia paling banyak yang melakukan belanja online yaitu 18-28 tahun sebanyak 68%. Mahasiswa memiliki rentang umur tersebut di antara masyarakat. Maka dari itu, mahasiswa dapat dijadikan sasaran dari perbankan.

Mahasiswa dapat digolongkan salah satu komponen besar dari masyarakat yang ikut memiliki peran dalam pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Menurut Umah, Supriyatna, dan Hubeis (2020) tabungan sangat diperlukan bagi mahasiswa. Menurut survei yang dilakukan oleh lifepal pada tahun 2020, sebesar 65,2% mahasiswa yang berada di Indonesia memilih untuk menyimpan uang sakunya yang berlebih di bank (Alif Al Hikam, 2020) . Kegiatan menabung menyebabkan mahasiswa dapat memiliki simpanan dana atau dana darurat yang bisa digunakan di kemudian hari. Salah satu produk perbankan yang dapat digunakan untuk menabung yaitu tabungan berjangka (deposito). Dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank. Menabung deposito dapat dijadikan solusi bagi mahasiswa untuk melakukan investasi atau menyimpan dana dalam jangka panjang karena jenis tabungan ini hanya dapat diambil sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.

Ajzen (1991) mengasumsikan minat untuk mengetahui faktor motivasi yang memengaruhi perilaku, diperlihatkan dengan usaha maksimal yang direncanakan seseorang untuk melaksanakan perilaku itu. Minat merupakan dorongan pada seseorang untuk melaksanakan sesuatu yang diinginkan (Ramadhani, Susyanti dan Khoirul, 2019). Minat menabung dapat

diartikan yaitu adanya sebuah keinginan berasal dari dalam diri individu yang timbul untuk menggunakan lembaga keuangan dengan memiliki tujuan tertentu sebagai tempat dalam menyimpan harta berbentuk uang atau benda berharga lain (Sunardi dan Rahmadayani, 2021). Untuk menimbulkan minat menabung nasabah, perbankan harus mengeluarkan strategi agar nasabah berkeinginan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan

Kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang baik dapat menarik minat konsumen untuk menabung atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Rismayanti, Hariadi, dan Ariani (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa, apabila pelaku bisnis lebih memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan minat menabung. Kualitas produk merupakan kelebihan dari suatu produk yang diberikan oleh perusahaan yang telah disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan dan kriteria dari konsumen (Razak, 2019). Produk perbankan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah akan menarik nasabah menggunakan bank tersebut. Menurut Trisnadi dalam Dwiantoro, Haryanto, dan Imamah (2020) semakin menarik suatu produk tabungan yang diajukan oleh bank maka keputusan nasabah akan semakin bertambah dalam menabung karena produk tabungan yang memiliki kualitas, secara signifikan dapat memengaruhi minat menabung kembali. Kualitas pelayanan merupakan harapan dari tingkat keunggulan dan adanya pengendalian pada tingkat keunggulan yang mampu mengatasi keinginan konsumen (Rusyidi, 2017:39). Pelayanan yang baik akan menimbulkan efek yang positif bagi nasabah atau calon nasabah sehingga dapat menarik minat nasabah atau calon nasabah untuk menggunakan perbankan tersebut dan memakai produk atau jasa yang ditawarkan (Rismayanti dkk, 2019).

Kualitas produk dan kualitas layanan seharusnya dapat menjadikan upaya bagi pelaku bisnis perbankan dalam menarik minat konsumen. Namun, menurut penelitian yang dilakukan oleh Ulya, Soemarso, dan Kodir (2020) kualitas produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat menabung. Penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni dan Sari

(2018) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk yang ditawarkan.

Dari penjelasan di atas diketahui bahwa terdapat perbedaan hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian kembali dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Deposito oleh Mahasiswa Yogyakarta”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah

- a. Apakah kualitas produk di bank memengaruhi minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta?
- b. Apakah kualitas pelayanan di bank memengaruhi minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut

- a. Untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh kualitas produk tabungan terhadap minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta.
- b. Untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Perbankan

Melalui penelitian ini diharapkan perbankan sebagai pihak yang menyediakan produk dan jasa perbankan dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan

kualitas pelayanan terhadap minat menabung serta dapat dijadikan referensi untuk pengembangan yang lebih baik.

b. Bagi Akademisi

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan menambah wawasan dan informasi mengenai produk perbankan serta dapat dijadikan sebagai referensi akademisi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan penelitian ini akan disusun dalam lima bab meliputi:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan terdapat sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi mengenai landasan teori penelitian dan uraian hasil penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar pemilihan masing-masing variabel. Dalam bab ini juga berisi kerangka penelitian dan uraian hipotesis.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi mengenai pengertian variabel-variabel yang digunakan, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengambilan data dan metode untuk menganalisis data.

### **BAB IV: ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi mengenai analisis hasil pengolahan data dan hasil pengujian hipotesis serta pembahasan hasil penelitian dari data yang diperoleh.

### **BAB V: KESIMPULAN**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan akhir yang diperoleh dari pembahasan bab sebelumnya, implikasi, dan saran-saran yang diberikan kepada penelitian lainnya.

## BAB II

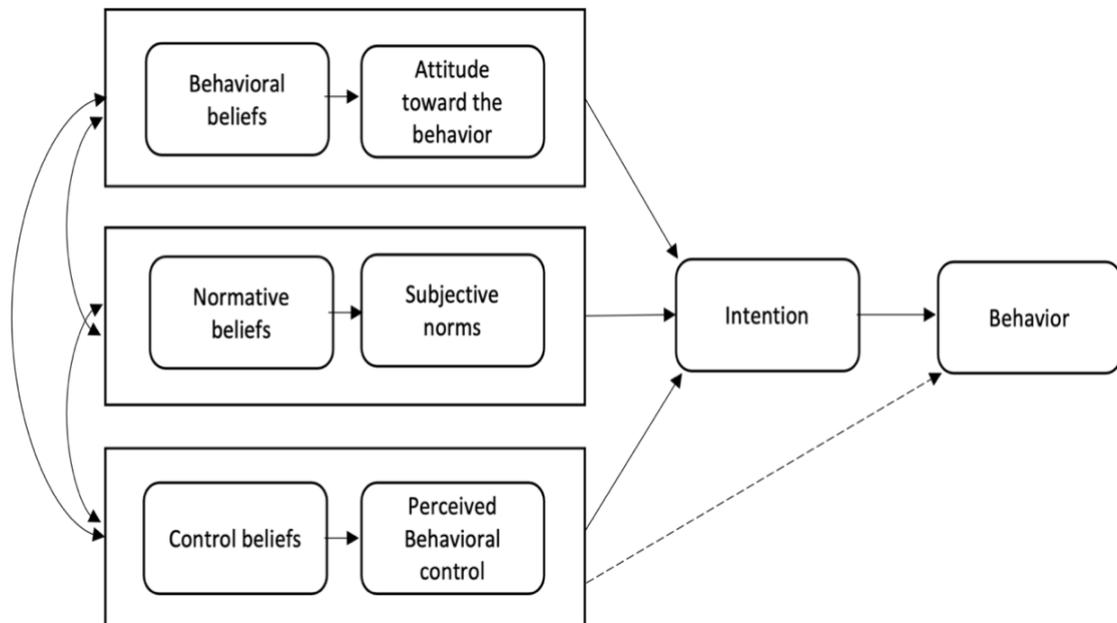
### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Planned Behavior (TPB)

*Theory Planned Behavior* (TPB) merupakan teori yang telah dikembangkan setelah adanya *Theory of Reasoned Action* (TPA) pada tahun 1980 oleh Icek Ajzen. Terdapat satu faktor utama yang ditambahkan dari teori sebelumnya yaitu *perceived behavioral control*. TPB menerangkan mengenai faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan sebuah tindakan. Pada TPB dijelaskan bahwa perilaku yang timbul dari seseorang ditunjukkan dengan adanya minat untuk berperilaku (Sakdiyah, Effendi, dan Kustono, 2019). Niat merupakan keinginan seseorang dalam menentukan untuk melakukan sesuatu pekerjaan atau tidak melakukannya (Ajzen, 2001). Pada teori ini terdapat tiga faktor yang memengaruhi niat terhadap perilaku yaitu *attitude toward the behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*.

*Theory Planned Behavior* (TPB) memiliki tujuan untuk memprediksi pengaruh motivasi terhadap perilaku yang berada di luar kendali individu, dengan memperhitungkan bahwa perilaku individu tidak di bawah kendali ataupun di luar kendali. Pada teori ini, akhirnya digunakan untuk menilai unsur-unsur yang dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan suatu perilaku atau tindakan (Sumarwan dalam Octarina, Hartoyo, dan Beik, 2019).



**Gambar 2.1** *Theory Planned Behavior (TPB)*

### 2.1.2 Minat Menabung

Dalam kamus Bahasa Indonesia minat memiliki arti yaitu kecenderungan hati terhadap keinginan tertentu. Minat merupakan suatu proses yang terjadi pada seseorang saat timbulnya rasa atau ketertarikan pada produk dan menginginkan untuk mencoba, memakai atau mungkin mempunyai produk itu (Marlius, 2018).

Menurut undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan pasal 1, “Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan”. Minat menabung dapat diartikan yaitu adanya sebuah keinginan berasal dari dalam diri individu yang timbul untuk menggunakan lembaga keuangan dengan memiliki tujuan tertentu sebagai tempat dalam menyimpan harta berbentuk uang atau benda berharga lain (Sunardi dan Rahmadayani, 2021).

Jadi, dari penjelasan di atas dapat disimpulkan minat menabung nasabah adalah dorongan yang terdapat pada diri nasabah untuk melakukan kegiatan menggunakan produk atau jasa yang

ditawarkan oleh bank atau menyimpan dananya di bank yang memiliki tujuan tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah dilakukan.

Menurut Ferdinand dalam Faqih (2020) minat menabung konsumen dapat ditentukan melalui empat indikator, yaitu

1. Minat transaksional, yaitu keinginan konsumen untuk membeli barang atau jasa.
2. Minat referensial, yaitu keinginan untuk memberikan anjuran suatu barang atau jasa kepada individu lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang memperlihatkan perilaku konsumen yang sangat mempunyai minat pada barang atau jasa tertentu.
4. Minat eksploratif, yaitu perilaku konsumen yang melakukan pencarian lebih terhadap produk atau jasa yang menarik perhatiannya sehingga mengetahui karakter positif dari produk dan jasa tersebut.

### **2.1.3 Kualitas Produk**

Kualitas adalah gabungan dari sifat dan karakteristik yang digunakan untuk menilai sejauh mana masukan atau keluaran dapat memenuhi ketentuan kebutuhan konsumen (Rambat, 2013:212). Produk merupakan segala jenis hal yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk menarik pelanggan dengan memenuhi kebutuhannya dalam bentuk barang nyata, jasa, kegiatan, seseorang, tempat, sekelompok orang, properti, dan gagasan (Kotler dan Amstrong, 2018:4).

Kualitas produk merupakan keseluruhan dari barang dan jasa yang memiliki keterkaitan dengan keinginan pelanggan di mana produk memiliki kelebihan yang sudah layak untuk diperjualkan sesuai dengan keinginan dari pelanggan (Habibah dan Sumiati, 2016). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas produk merupakan kesanggupan dari suatu produk yang dapat menghasilkan kinerja yang sesuai dengan kriteria kebutuhan pelanggan atau bahkan lebih. Setiap konsumen menginginkan kebutuhannya terpenuhi dengan menggunakan suatu

produk, konsumen akan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit demi dapat memenuhi kepuasannya, maka dari itu produk yang berkualitas akan dicari oleh para konsumen (Efendi dalam Setiawan dan Wiwaha, 2019).

Dari definisi yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan keunggulan atau keunikan yang dimiliki oleh barang atau jasa yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang baik akan menarik minat konsumen untuk membeli atau memakai barang dan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Terdapat delapan dimensi pengukuran untuk mengevaluasi kepuasan pada produk, jasa, atau perusahaan tertentu yang diungkapkan oleh Tjiptono dalam (Sidi, 2018), yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik atau keistimewaan utama yang terdapat dalam suatu produk.
- b. Fitur (*features*) merupakan fungsi tambahan yang digunakan untuk melengkapi kinerja utama dari suatu produk.
- c. Reliabilitas (*reliability*) merupakan kemungkinan suatu produk dalam kurun waktu tertentu mengalami kondisi yang tidak baik atau bekerja tidak semestinya.
- d. Konformasi (*conformance*), yaitu produk memiliki konsistensi yang sesuai terhadap peraturan atau standar yang telah ditetapkan.
- e. Daya tahan (*durability*) merupakan kemampuan suatu produk saat dipakai sebelum produk itu digantikan dengan yang lain.
- f. Pelayanan (*serviceability*) merupakan ketanggapan dan kemudahan dalam memperbaiki suatu produk.
- g. Estetika, yaitu berhubungan dengan wujud dari produk yang dinilai dengan panca indera.

- h. Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*), yaitu penilaian kualitas berdasarkan reputasi penjual.

#### **2.1.4 Kualitas Pelayanan**

Kualitas dapat didefinisikan sebagai produk yang tidak memiliki kerusakan atau produk yang telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan (Tjiptono, Chandra dan Andriana, 2007). Produk yang dimaksud adalah barang atau jasa. Jadi produk dapat dikatakan memiliki kualitas apabila barang atau jasa tersebut telah memenuhi standar dan dapat digunakan sesuai dengan fungsi barang atau jasa itu diciptakan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan memiliki arti yaitu sebuah usaha dalam melayani kebutuhan individu lain. Pelayanan merupakan serangkaian tindakan oleh pelaku bisnis yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen itu mendapatkan kepuasan yang diperlukannya (Darmawan dkk., 2019). Kualitas pelayanan dapat diartikan yaitu tingkatan kesanggupan dari pemilik usaha dalam menawarkan semua yang dapat memenuhi keinginan pelanggan agar kebutuhannya terpenuhi (Sejati, 2016). Menurut Yanuar, Qomariah, dan Santoso (2017) kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui perbandingan persepsi konsumen dari layanan yang secara nyata mereka dapatkan dengan layanan yang sebenarnya mereka inginkan. Jadi dapat disimpulkan dari pengertian di atas, kualitas pelayanan yang baik dapat diberikan oleh penyedia jasa dari usaha yang dilakukannya yang dapat menyanggupi kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka harapan konsumen untuk jasa atau produk yang ditawarkan tersebut semakin besar atau dapat memenuhi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan oleh lima faktor menurut Tjiptono dalam Maramis, Sepang, dan Soegoto (2018), yaitu:

- a. Penampilan bentuk fisik (*tangible*) merupakan kesanggupan dari sebuah penyedia jasa sehingga pihak luar mengetahui keberadaannya. Fasilitas fisik, perangkat karyawan, dan sarana untuk berkomunikasi dapat digunakan oleh penyedia jasa.
- b. Keandalan (*reliability*) merupakan kesanggupan dalam penyampaian pelayanan yang sudah disepakati secara benar dan dapat dipercaya.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kesanggupan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tepat dalam menolong konsumen
- d. Jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan penyedia jasa untuk memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya pada karyawan.
- e. Empati (*empathy*) merupakan kesanggupan penyedia jasa memberikan perhatian kepada konsumen sebagai upaya untuk mengetahui kebutuhan konsumen.

### **2.1.5 Deposito**

Deposito merupakan bentuk simpanan yang dilakukan untuk menyimpan uang di bank yang dilakukan menggunakan sistem setoran dan pengambilannya hanya dapat ditarik setelah jatuh tempo sesuai dengan yang telah disepakati (Wahyuni dan Afriyeni, 2019), sedangkan pengertian deposito dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 yaitu, deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank.

Deposito adalah salah satu wadah yang ditawarkan oleh pihak bank kepada nasabah untuk melakukan penanaman modal berupa surat-surat berharga (Hidayati dan Marlius, 2018). Dana yang didapat dari penanaman modal ini merupakan sumber dana bagi bank untuk menjalankan kegiatan operasi bank. Bunga yang diberikan oleh bank untuk produk ini relatif lebih tinggi jika dibandingkan dengan tabungan dan giro. Namun, deposito memiliki jangka waktu jatuh tempo lebih lama dan untuk mengambil dana dalam produk ini harus sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Bank menawarkan deposito dalam beberapa jenis. Deposito dibedakan menjadi 3 jenis (Kasmir, 2012:63), yaitu:

a. Deposito Berjangka

Deposito berjangka merupakan produk yang diterbitkan oleh bank yang memiliki ketetapan waktu tertentu. Waktu yang ditetapkan pada deposito ini memiliki rentang waktu mulai dari 1, 3, 6, 12 sampai dengan 24 bulan

b. Sertifikat Deposito

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan sertifikat deposito adalah simpanan dalam bentuk deposito yang sertifikat bukti penyimpanannya dapat dipindah tangankan. Sama dengan deposito berjangka, sertifikat deposito juga mempunyai jangka waktu yang telah ditetapkan. Jangka waktu mulai dari 2, 3, 4, 12 hingga 24 bulan. Perbedaan dari deposito berjangka yaitu deposito ini dapat dijual dan dibeli kepada pihak lain dan pembayaran bunga dapat dicairkan di awal pembukaan.

c. Deposito on call

Deposito on call merupakan deposito yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah yang mempunyai dana dengan bilangan yang besar dan dana tersebut sedang tidak dipakai dalam waktu tertentu. Deposito ini memiliki jangka waktu yang relatif pendek jika dibandingkan dari deposito lain. Jangka waktu mulai dari 7 hari sampai dengan 1 bulan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Djunaedi (2016). Pada penelitian ini menemukan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan menabung. semakin menaikkan kualitas produk yang diberikan dari pihak BNI Syariah maka akan meningkat juga keputusan menabung dari responden.

Penelitian berikutnya yaitu dilakukan oleh Romdhoni dan Sari (2018). Hasil yang didapatkan adalah pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat nasabah untuk memakai produk. Sedangkan produk dan kualitas layanan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Rismayanti dkk (2019). Hasil dari penelitian ini yaitu secara simultan dan parsial kualitas layanan, kualitas produk tabungan, dan bagi hasil berpengaruh kepada minat menabung nasabah.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Faqih (2020). Hasil yang didapat dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan bagi hasil memengaruhi minat menabung nasabah.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Fitri dan Relita (2020) memperoleh hasil dari pengujian yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat menabung anggota Koperasi Kredit Bina Masyarakat Cabang Sintang.

Penelitian yang dilakukan oleh Aisya dan Riyadi (2020) menemukan bahwa secara bersama-sama promosi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Secara individual promosi tidak memberikan pengaruh kepada minat menabung, sebaliknya kualitas layanan secara individual berpengaruh terhadap minat menabung.

Pada tahun yang sama penelitian dilakukan oleh Dwiantoro, Haryono, dan Imamah (2020). Dalam penelitian ini menghasilkan adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk tabungan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung nasabah Bank

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ulya dkk (2020). Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap minat menabung. Sedangkan secara individu kualitas produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat menabung. Secara individu

kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.

## **2.3 Hipotesis Penelitian**

### **2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Menabung**

Kualitas produk merupakan kesanggupan dari suatu produk yang dapat menghasilkan kinerja yang sesuai dengan kriteria kebutuhan pelanggan atau bahkan lebih (Kotler dan Keller, 2016). Dalam TPB dijelaskan mengenai kepercayaan pada norma yang diharapkan, yaitu kepercayaan atas harapan normatif yang berasal dari orang lain akan menimbulkan perilaku pada seseorang dan akan memunculkan motivasi untuk memenuhi harapan itu.

Norma yang diharapkan itu merupakan kualitas produk yang diharapkan oleh nasabah. Konsumen mengharapkan yang terbaik dari produk yang ditawarkan. Apabila produk yang ditawarkan oleh pihak perbankan mampu memenuhi harapan para nasabah dalam menyimpan dana yang dimilikinya, maka nasabah akan memiliki minat untuk menggunakan produk tersebut. Semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka kepercayaan nasabah akan semakin tinggi dan akan meningkatkan minat menabung.

Penelitian yang dilakukan oleh Djunaedi (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan menabung. Menurut Dwiantoro dkk (2020) kualitas produk mempunyai pengaruh yang paling banyak dalam memengaruhi minat menabung. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan Rismayanti dkk (2019) dan Dwiantoro dkk (2020) yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat menabung.

**H1: Kualitas produk berpengaruh terhadap minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta**

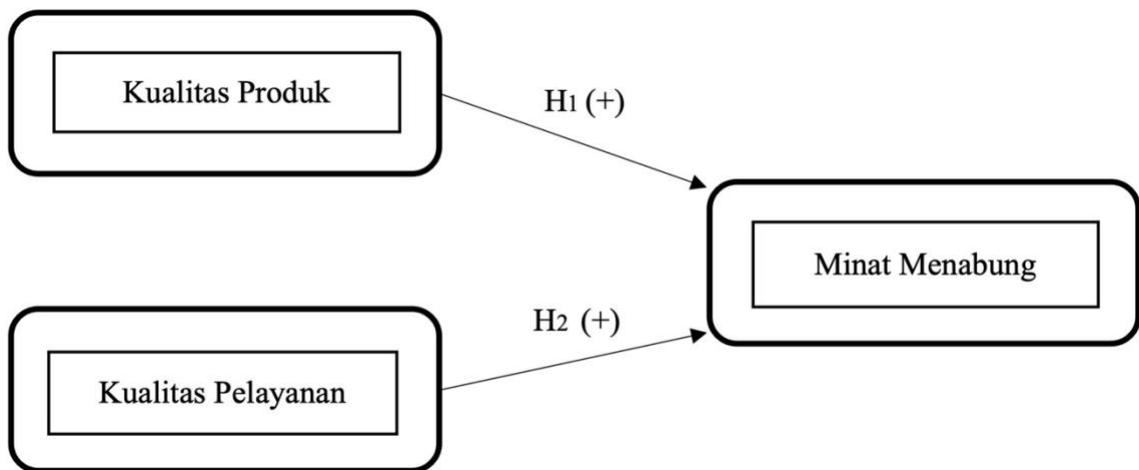
### **2.3.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Menabung**

Dalam TPB kepercayaan pada norma menjelaskan seseorang akan melaksanakan aktivitas apabila terdapat keyakinan mengenai harapan yang berasal dari orang lain dan motivasi agar harapan itu terpenuhi. Kepercayaan pada norma memiliki kegunaan yaitu terdapatnya harapan yang menjadi persepsi seseorang berasal dari orang lain yang berada di lingkungannya untuk menyetujui atau tidak terhadap suatu perilaku dan menjadikan motivasi bagi individu tersebut (Ajzen, 1991). Kepercayaan pada norma dapat dihubungkan dengan pelayanan yang diberikan dari penyedia jasa atau pihak perbankan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi maka akan menimbulkan kepercayaan bagi diri nasabah dan dapat memotivasi para nasabah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Semakin kualitas pelayanan dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksinya maka persepsi nasabah akan pelayanan yang diberikan semakin tinggi, sehingga dapat meningkatkan minat menabung. Pelayanan yang memiliki kualitas yang diterima oleh masyarakat sangat berpengaruh kepada keputusan untuk menabung dana yang dimiliki pada bank yang bersangkutan (Aisya & Riyadi, 2020).

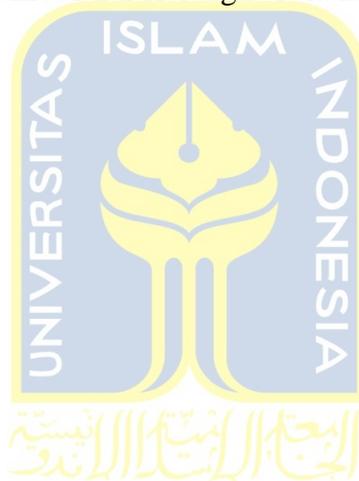
Penelitian yang telah dilakukan oleh Fitri dan Relita (2020), Aisya dan Riyadi (2020), dan Faqih (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni dan Sari (2018) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk.

**H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta**

## 2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta dan mahasiswa yang telah memiliki deposito pada bank yang ada di Indonesia. Sedangkan, sampel pada penelitian ini diambil oleh peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Metode ini dipilih untuk mendapatkan ciri-ciri tertentu sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu mahasiswa Yogyakarta yang telah memiliki deposito.

#### 3.2 Jenis dan Sumber data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Kuesioner dipilih sebagai cara untuk mendapatkan informasi secara langsung dari responden. Penyebaran kuesioner digunakan untuk pengumpulan data melalui media elektronik dengan menggunakan google form kepada seluruh mahasiswa dari berbagai jurusan yang berada di Yogyakarta. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel dependen adalah minat menabung.

#### 3.3 Teknik Pengambilan Sampling

Pada penelitian ini teknik untuk memperoleh sampel yang dipakai adalah pengambilan *purposive sampling* yakni, Teknik dengan memiliki syarat tertentu untuk menentukan sampling (Sugiyono, 2011).

Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu:

- a. Seluruh mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta
- b. Seluruh mahasiswa yang telah mempunyai deposito.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini minimal 102 mahasiswa yang berada di Yogyakarta. Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair (2014) tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.

Sampel= jumlah indikator x 6

$$= 17 \times 6$$

$$= 102$$

Pengukuran data pada penelitian ini memakai skala likert. Skala digunakan yaitu skala likert yang memiliki jangkauan 1 sampai 5. Nilai 1 berarti sangat tidak setuju, nilai 2 berarti tidak setuju, nilai 3 berarti netral, nilai 4 berarti setuju, dan nilai 5 berarti sangat setuju.

### 3.4 Definisi Variabel Operasional Penelitian

#### 3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan sebuah variabel yang dapat menjadi alasan timbulnya variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu kualitas produk dan kualitas layanan.

**Tabel 3.1 Indikator Variabel Independen**

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
<b>Kualitas Produk (X1)</b>  <b>Definisi operasional:</b>  Kualitas produk merupakan kesanggupan dari suatu produk yang dapat menghasilkan kinerja yang sesuai dengan kriteria kebutuhan pelanggan atau bahkan lebih (Kotler dan Keller, 2016)	1. Deposito yang ditawarkan mengikuti perkembangan kebutuhan nasabah.	(Retnowati, 2019),  dengan modifikasi
	2. Deposito yang ditawarkan dapat diakses dengan menggunakan internet banking.	
	3. Deposito yang ditawarkan mampu bersaing.	
	4. Deposito ditawarkan sesuai dengan aturan yang telah dibuat.	
	5. Deposito yang ditawarkan tidak memiliki batasan minimal dalam menyimpan dana.	

<p><b>Indikator:</b></p> <p>a. Kinerja (<i>performance</i>)</p> <p>b. Fitur (<i>features</i>)</p> <p>c. Reliabilitas (<i>reliability</i>)</p> <p>d. Konformasi (<i>conformance</i>)</p> <p>e. Daya tahan (<i>durability</i>)</p> <p>f. Serviceability</p> <p>g. Estetika</p> <p>h. Persepsi terhadap kualitas (<i>perceived quality</i>)</p>	<p>6. Pegawai bank memberikan pelayanan cepat, tepat, dan akurat.</p> <p>7. Desain buku tabungan deposito memiliki desain menarik.</p> <p>8. Produk tabungan deposito sangat membantu masalah penyimpanan dana.</p>	
<p><b>Variabel</b></p>	<p><b>Item Pertanyaan</b></p>	<p><b>Referensi</b></p>
<p><b>Kualitas Pelayanan (X2)</b></p> <p><b>Definisi Operasional:</b></p> <p>Kualitas pelayanan dapat diartikan yaitu tingkatan kesanggupan dari pemilik usaha dalam menawarkan semua yang dapat memenuhi keinginan pelanggan agar kebutuhannya terpenuhi (Sejati, 2016).</p>	<p>1. Pegawai bank memiliki penampilan yang bersih dan rapi saat melayani nasabah.</p> <p>2. Pegawai bank memiliki ketanggapan saat nasabah membutuhkan sesuatu.</p> <p>3. Pegawai bank mampu melayani sesuai perjanjian dengan akurat, cepat dan terpercaya.</p> <p>4. Pegawai bank memberikan rasa aman dan percaya dalam bertransaksi.</p> <p>5. Pegawai bank memerhatikan kebutuhan yang saya butuhkan.</p>	<p>(Retnowati, 2019), dengan modifikasi</p>

<p><b>Indikator:</b></p> <p>a. Penampilan bentuk fisik (<i>tangible</i>)</p> <p>b. Keandalan (<i>reliability</i>)</p> <p>c. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)</p> <p>d. Jaminan (<i>assurance</i>)</p> <p>e. Empati (<i>empathy</i>)</p>		
---	--	--

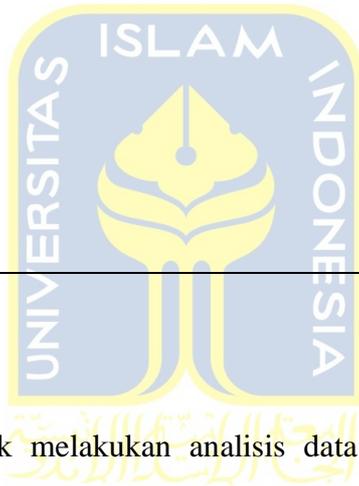
### 3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan sebuah variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat menabung.

**Tabel 3.2 Indikator Variabel Independen**

Variabel	Item Pernyataan	Referensi
<p><b>Minat Menabung (Y)</b></p> <p><b>Definisi Operasional:</b></p> <p>Minat menabung dapat diartikan yaitu adanya sebuah keinginan berasal dari dalam diri individu yang timbul untuk menggunakan lembaga</p>	1. Saya menggunakan deposito karena memiliki tujuan tertentu.	<p>(Prabowo, 2019), dengan modifikasi</p>
	2. Saya akan menyarankan teman saya untuk menabung deposito.	
	3. Untuk saya deposito adalah tabungan yang terbaik saat ini.	
	4. Saya senang untuk mencari informasi mengenai tabungan deposito.	

<p>keuangan dengan memiliki tujuan tertentu sebagai tempat dalam menyimpan harta berbentuk uang atau benda berharga lain (Sunardi dan Rahmadayani, 2021).</p> <p><b>Indikator:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Minat transaksional</li> <li>b. Minat referensial</li> <li>c. Minat eksploratif</li> <li>d. Minat preferensi</li> </ul>		
--	--	--



### 3.5 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, untuk melakukan analisis data peneliti menggunakan aplikasi perangkat lunak SPSS versi 21 (*Statistical package for Social Science*) sebagai alat untuk membantu pengolahan data.

#### 3.5.1 Uji Instrumen

##### 3.5.1.1 Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas untuk mengukur benar atau tidaknya suatu kuesioner. Data dari kuesioner dapat dinyatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner dapat menerangkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk uji validitas yaitu menggunakan korelasi *bivariate pearson* dengan cara mengorelasikan

nilai tiap-tiap pertanyaan dengan nilai total. Jika item pertanyaan memiliki nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel mala akan dianggap valid (Ghozali, 2018).

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan sebagai alat ukur. Data dari kuesioner diukur untuk menilai jawaban responden yang telah dikumpulkan dapat dipercaya atau tidak. Uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Semakin nilai alpha mendekati nilai satu maka semakin reliabel pernyataan tersebut. Jika seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha  $\alpha > 0,60$ , maka uji reliabilitas dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018).

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dikerjakan untuk mengetahui normal atau tidak normal data-data yang didistribusikan. Uji statistik Kolmogorov Smirnov digunakan dalam pengujian ini. Jika nilai signifikan yang didapatkan memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka berarti menunjukkan data yang terdistribusi normal dan sebaliknya data terdistribusi tidak normal jika menunjukkan nilai kurang dari 0,05 (Ghozali, 2018).

#### 3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dikerjakan memiliki tujuan untuk melihat di antara variabel independen dalam regresi memiliki korelasi atau tidak di penelitian ini. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi di antara variabel independen, yaitu jika *variance inflation factor* menunjukkan nilai toleransi  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

#### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian dengan menggunakan uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam model regresi (Ghozali, 2018). Homoskedastisitas merupakan

model regresi yang baik, yaitu jika terjadi kesamaan dari varians residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas dapat dideteksi menggunakan uji glejser. Pada uji glejser apabila nilai signifikan menunjukkan nilai di atas 5% maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

### 3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda dengan rumus yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Minat menabung

$\alpha$  : Konstanta

X1 : Kualitas Produk

X2 : Kemampuan Akses

B : Koefisien regresi

e : Error term



### 3.5.4 Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi memiliki kegunaan yaitu untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji ini memiliki rentang nilai nol sampai satu. Nilai koefisien determinasi yang mendekati angka nol maka variabel independen hanya memiliki kemampuan sedikit untuk menjelaskan variabel dependen. Namun, apabila mendekati satu berarti kontribusi dari variabel independen besar. Kontribusi variabel dependen akan semakin besar jika nilai koefisien menjauhi angka nol.

### 3.5.5 Uji Hipotesis

#### 3.5.5.1 Uji T

Tujuan dilakukannya uji t atau uji parsial ini yaitu untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (Ghozali, 2018). Nilai signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu 5% dengan memiliki kriteria  $H_a$  akan diterima apabila nilai signifikansi  $< 0,05$ , berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria ini juga berlaku sebaliknya,  $H_a$  akan tidak diterima jika nilai signifikansi  $> 0,05$ .



## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Bab analisis dan pembahasan menjelaskan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung. Berdasarkan teori yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, data yang diperoleh akan dianalisis oleh penulis. Selain itu penulis juga akan menganalisis data untuk mengetahui apakah hipotesis didukung atau ditolak

Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan secara tidak langsung yaitu melalui penyebaran kuesioner secara *online* dengan *google form*. Penyebaran mulai dilaksanakan pada tanggal 15 Oktober 2021 hingga 24 Oktober 2021 dan memperoleh data kuesioner sejumlah 115 data. Responden yang mengisi kuesioner ditujukan kepada para mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta.

#### 4.2 Karakteristik Responden

Pada bagian karakteristik responden data digolongkan menjadi beberapa kelompok yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, asal universitas, asal jurusan, dan responden yang telah menabung deposito.

##### 4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Penyebaran kuesioner mendapatkan data perbandingan jenis kelamin dari 115 responden yang terdapat dalam table sebagai berikut:

**Tabel 4.2.1**

**Data Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	32	27.8%
Perempuan	83	72.2%
Total	115	100%

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari tabel dapat diidentifikasi bahwa jumlah responden laki-laki terdapat 32 responden atau memiliki proporsi 27.8%, sedangkan responden perempuan lebih banyak yaitu terdapat 83 responden atau memiliki proporsi 72,2%.

#### 4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia karakteristik responden dikelompokkan menjadi tiga yaitu 17-21 tahun, 22-26 tahun, 27-31. Berikut ini data usia responden yang disajikan dalam tabel 4.2.2.

**Tabel 4.2.2**

**Data Usia Responden**

<b>Rentang Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
17-21 tahun	34	29.6%
22-26 tahun	78	67.8%
27-31 tahun	3	2.6%
Total	115	100%

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden paling banyak berada pada rentang usia 22-26 tahun dengan jumlah 78 atau setara 67,8%. Selanjutnya pada rentang usia 17-21 tahun terdapat 34 responden atau setara 29.6%. Untuk jumlah paling sedikit berada pada usia 27-31 tahun dengan jumlah tiga atau setara 2.6%.

#### 4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Universitas

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data beberapa universitas yang terdapat dalam tabel 4.2.3.

**Tabel 4.2.3****Data Universitas Responden**

<b>Universitas</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Amikom	1	0.9%
STIE YKPN Yogyakarta	14	12.2%
UAD	1	0.9%
UAJ Yogyakarta	2	1.7%
UGM	27	23.5%
UII	56	48.7%
UKDW	2	1.7%
UMY	4	3.5%
UNY	6	5.2%
UPN	2	1.7%
Total	115	100%

Dalam tabel 4.2.3 dapat diperoleh informasi bahwa responden berasal dari 10 universitas yang berada di Yogyakarta. Proporsi paling sedikit yaitu Amikom dan UAD memiliki masing-masing 1 responden dengan persentase 0.9%. Lalu, terdapat 2 responden atau sebesar 1.7% pada setiap universitas yaitu UAJ, UKDW, dan UPN. Selanjutnya, pada UMY terdapat 4 responden dengan persentase 3.5%. Pada STIE YKPN memiliki responden berjumlah 14 atau setara dengan 12.2 %. Responden yang memiliki asal dari UGM berjumlah 27 atau 23.5 % dan responden paling banyak dengan jumlah 56 responden atau 48.7% memiliki asal dari UII.

**4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Jurusan**

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data berdasarkan jurusan responden yang terdapat dalam tabel 4.2.4.

**Tabel 4.2.4****Data Jurusan Responden**

<b>Jurusan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Arsitek	3	2.6%
Ekonomi dan Bisnis	74	64.3%
Hubungan Internasional	4	3.5%
Ilmu Hukum	4	3.5%
Ilmu Komunikasi	4	3.5%
Kehutanan	3	2.6%
Keperawatan	1	0.9%
Manajemen Informatika	1	0.9%
Pendidikan Bahasa Inggris	1	0.9%
Pendidikan Kedokteran	5	4.3%
Pendidikan Musik	1	0.9%
Pendidikan Sosiologi	1	0.9%
Pendidikan Teknik Boga	1	0.9%
Perikanan	2	1.7%
Profesi Kedokteran Hewan	2	1.7%
Psikologi	1	0.9%
Sejarah	1	0.9%
Teknik Elektro	2	1.7%
Teknik Industri	1	0.9%
Teknik Informatika	1	0.9%
Teknik Sipil	1	0.9%
Teknologi Pangan	1	0.9%
Veteriner	1	0.9%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh informasi mengenai jumlah responden pada setiap jurusan. Responden yang memiliki jumlah paling banyak yaitu berasal dari jurusan ekonomi dan bisnis yaitu terdapat 74 responden atau memiliki persentase 64.3%. Pada jurusan

kedokteran terdapat 5 responden atau 4,3%. Lalu, untuk jurusan dengan jumlah 4 responden terdapat pada setiap jurusan yaitu hubungan internasional, ilmu hukum, dan ilmu komunikasi dengan persentase 3.5%. Kemudian untuk jurusan arsitek dan jurusan kehutanan diperoleh masing-masing 3 responden dengan persentase 2.6%. Jurusan yang memiliki 2 responden atau 1.7% pada setiap jurusan yaitu perikanan, profesi kedokteran, dan Teknik elektro. Terakhir, jurusan yang hanya memiliki 1 responden yaitu keperawatan, manajemen informatika, pendidikan bahasa inggris, pendidikan musik, pendidikan sosiologi, pendidikan tata boga, psikologi, sejarah, teknik industri, teknik informatika, teknik sipil, teknologi pangan, dan veteriner dengan persentase setiap jurusan 0.9%.

#### 4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Yang Telah Mempunyai Deposito

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data berdasarkan responden yang telah mempunyai deposito terdapat dalam tabel 4.2.5.

**Tabel 4.2.5**  
**Data Responden Yang Telah Mempunyai Deposito**

Pertanyaan : Apakah Anda telah mempunyai deposito?		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Ya	115	100%
Tidak	0	0%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Tabel di atas memperlihatkan bahwa dalam penelitian ini sebanyak 115 responden telah mempunyai deposito sebelumnya.

### 4.3 Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 4.3**

**Data Hasil Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
Kualitas Produk	115	2.50	5.00	4.0880	.50545
Kualitas Pelayanan	115	2.40	5.00	4.2904	.55772

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh informasi mengenai nilai dari jawaban setiap variabel yang ditunjukkan melalui nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi. Pada variabel kualitas produk dengan jumlah 115 responden diperoleh nilai minimum sebesar 2.50 dan maksimum sebesar 5.00. Data ini menunjukkan dari seluruh jawaban responden penilaian terendah yaitu 2.50 dan penilaian tertinggi 5.00. Nilai mean diperoleh sebesar 4.0880 yang memiliki arti bahwa rata-rata penilaian dari responden untuk variabel kualitas produk adalah 4.0880. Nilai mean juga memiliki arti bahwa rata-rata jawaban yang diberikan responden ada pada skala 4 dan berdasarkan skala kuesioner nilai tersebut memiliki arti rata-rata responden menjawab setuju pada pertanyaan variabel kualitas produk. Nilai standar deviasi untuk variabel ini adalah 0.50545, dapat diartikan bahwa penyebaran data variabel kualitas produk sebesar 0.50545.

Pada tabel 4.2 untuk variabel kualitas pelayanan yang memiliki 115 responden nilai minimum dapat diketahui sebesar 2.40 yang memiliki arti bahwa penilaian terendah dari semua jawaban adalah 2.40. Nilai maksimum diketahui sebesar 5.00 yang berarti nilai tertinggi dari seluruh jawaban responden adalah 5.00. Nilai mean diperoleh 4.2904, artinya rata-rata penilaian yang diberikan responden sebesar 4.2904. Nilai ini juga dapat diartikan bahwa responden memberikan rata-rata jawaban terdapat pada skala 4 dan menunjukkan rata-rata responden memberikan jawaban setuju pada setiap pertanyaan untuk variabel kualitas

pelayanan. Nilai standar deviasi untuk variabel ini yaitu 0.55772 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel kualitas pelayanan adalah 0.55772.

#### 4.4 Uji Instrumen

##### 4.4.1 Uji Validitas

**Tabel 4.4.1**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Kualitas Produk</b>	X1.1	0.605	0.183	Valid
	X1.2	0.611	0.183	Valid
	X1.3	0.709	0.183	Valid
	X1.4	0.658	0.183	Valid
	X1.5	0.688	0.183	Valid
	X1.6	0.606	0.183	Valid
	X1.7	0.711	0.183	Valid
	X1.8	0.685	0.183	Valid
<b>Kualitas Pelayanan</b>	X2.1	0.746	0.183	Valid
	X2.2	0.814	0.183	Valid
	X2.3	0.843	0.183	Valid
	X2.4	0.875	0.183	Valid
	X2.5	0.778	0.183	Valid
<b>Minat Menabung</b>	Y.1	0.648	0.183	Valid
	Y.2	0.780	0.183	Valid
	Y.3	0.822	0.183	Valid
	Y.4	0.812	0.183	Valid

Uji validitas yang dilakukan ini digunakan untuk memeriksa valid atau tidak pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Hasil dari uji validitas pada tabel menunjukkan semua item pertanyaan pada setiap variabel mempunyai nilai r tabel sebesar 0.183 dan r hitung berada di

atas r tabel. Sehingga dari nilai tersebut diketahui r hitung > r tabel dan dapat diartikan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan minat menabung adalah valid atau layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

**Tabel 4.4.2**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	0.803	0.6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.868	0.6	Reliabel
Minat menabung	0.767	0.6	Reliabel

Pada tabel di atas dapat diketahui hasil dari uji reliabilitas. Hasil uji menunjukkan nilai Cronbach's Alpha untuk kualitas produk sebesar 0.803, kualitas pelayanan sebesar 0.868, dan minat menabung 0.767. Nilai kritis untuk ketiga variabel memiliki nilai 0.6. Dari hasil tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa nilai Cronbach Alpha ketiga variabel lebih besar dari nilai kritis, yang memiliki arti semua variabel dari penelitian ini adalah reliabel dan dapat digunakan menjadi instrument penelitian.

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

##### 4.5.1 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah data yang telah diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Data terdistribusi normal apabila nilai sig. > 0.05 dan berlaku sebaliknya apabila nilai sig > 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. Uji normalitas penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-smirnov. Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel 4.5.1.

**Tabel 4.5.1**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0.615	Terdistribusi Normal

Pada tabel 4.5.1 hasil uji menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) mempunyai nilai 0.615 lebih besar dari 0.05, maka dapat diartikan bahwa model regresi terdistribusi normal dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

#### 4.5.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2018). Multikolinearitas tidak terjadi dalam hasil uji apabila nilai VIF < 10 dan toleransi memiliki nilai di atas 0.10.

**Tabel 4.4.2**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk	.725	1.380	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	.725	1.380	Tidak terjadi multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance dan nilai VIF pada variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah 0.725 dan 1.380. Nilai tersebut memiliki arti bahwa persamaan model regresi tidak terdapat multikolinearitas atau tidak adanya korelasi antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya karena nilai tolerance lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF berada di bawah 10.

### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini dilakukan dengan uji glejser dan menggunakan program aplikasi SPSS untuk mengolah data. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual pada variabel independen (Ghozali, 2018). Hasil uji dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi berada di atas tingkat kepercayaan 5 %.

**Tabel 4.5.3**

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	.587	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	.792	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4.5.3 mengenai hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan dapat diketahui setiap variabel memiliki nilai sig lebih besar dari 0.05, maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### 4.6 Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.6**

#### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig
Konstanta	.446	1.037	.302
Kualitas Produk	.501	4.562	.000
Kualitas Pelayanan	.333	3.344	.001

Pada tabel 4.6 dapat diperoleh persamaan regresi, yaitu:

$$Y = 0.446 + 0.501X_1 + 0.333X_2$$

#### a. Konstanta

Nilai konstanta yang diperoleh dari persamaan regresi adalah 0.446. Nilai ini memiliki arti bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak ada perubahan maka minat menabung deposito sebesar 0.446.

#### b. Koefisien Regresi Kualitas Produk

Nilai koefisien regresi kualitas produk yang diperoleh dari persamaan regresi adalah 0.501. nilai ini dapat diartikan bahwa apabila variabel kualitas produk semakin tinggi maka minat menabung deposito juga semakin tinggi dan akan berlaku sebaliknya, dengan asumsi variabel lain konstan.

#### c. Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan yang diperoleh adalah 0.333. Nilai ini berarti apabila terdapat peningkatan pada variabel kualitas pelayanan maka minat menabung deposito akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel lain konstan.

### 4.7 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4.7

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Adjusted R Square	Keterangan
.360	Variabel dependen dipengaruhi variabel independen sebesar 36%

Tabel 4.6 di atas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0.360. nilai ini memiliki arti bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi variabel minat menabung sebesar 36% dan sisanya sebesar 64% dipengaruhi variabel lain yang tidak ikut dimasukkan dalam model regresi.

## 4.8 Pengujian Hipotesis

### 4.8.1 Uji T

**Tabel 4.8.1**

**Hasil Uji T**

Variabel	Unstandardized Coefficients ( $\beta$ )	Sig.
Konstanta	.446	.302
Kualitas Produk	.501	.000
Kualitas Pelayanan	.333	.001

a. Hubungan kualitas produk dengan minat menabung

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat menabung. Pada tabel 4.7.1 dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien dan nilai signifikansi yaitu sebesar 0.501 dan 0.000. Nilai koefisien memiliki arti yaitu apabila variabel kualitas produk mengalami peningkatan 1 satuan, maka minat menabung deposito meningkat sebesar 0.501, dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan. Lalu, nilai signifikansi variabel kualitas produk kurang dari 0,05, maka menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap minat menabung deposito. Sehingga, dapat disimpulkan dari penjelasan tersebut bahwa **hipotesis pertama didukung**.

b. Hubungan kualitas pelayanan dengan minat menabung

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat menabung deposito. Pada tabel 4.7.1 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien dan nilai signifikansi sebesar 0.333 dan 0.001. Nilai koefisien memiliki arti yaitu apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka minat menabung deposito akan ikut meningkat sebesar 0.333, dengan memiliki asumsi variabel lain dalam keadaan konstan. Kemudian, nilai signifikansi

variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 0.05, maka menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung deposito. Sehingga, dapat disimpulkan dari penjelasan tersebut bahwa **hipotesis kedua didukung.**

#### **4.9 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis**

##### **4.9.1 Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung. Hasil ini memiliki arti bahwa semakin kualitas produk mengalami peningkatan maka semakin meningkat minat menabung deposito.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa responden merasa produk yang telah ditawarkan oleh pihak perbankan memenuhi harapan dan telah sesuai dengan kebutuhan responden sehingga meningkatkan minat menabung deposito. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Djunaedi (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan menabung. Penelitian lain juga mendukung hasil ini yaitu penelitian oleh Rismayanti dkk (2019) dan Dwiantoro dkk (2020) yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat menabung.

##### **4.9.2 Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkat minat menabung deposito.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa responden merasa pelayanan yang telah diberikan oleh pihak perbankan memberikan kemudahan dan dapat melayani kebutuhan responden dalam bertransaksi, sehingga minat menabung deposito meningkat. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fitri & Relita (2020), Aisyah dan

Riyadi (2020), serta Faqih (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung deposito oleh mahasiswa Yogyakarta.

#### **5.2 Keterbatasan penelitian**

Pada penelitian yang telah dilakukan ini mempunyai beberapa keterbatasan, sebagai berikut:

1. Pada objek penelitian menunjukkan adanya penyebaran yang kurang merata pada mahasiswa Yogyakarta dikarenakan terbatasnya kuesioner online yang tersebar.
2. Variabel yang terdapat dalam penelitian ini hanya menganalisis dua variabel yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan. Terdapat kemungkinan adanya variabel lain karena hasil koefisien determinasi pada penelitian ini hanya menunjukkan angka 36%. Sehingga terdapat 64 % masih adanya kemungkinan variabel lain yang dapat memengaruhi minat menabung.

#### **5.3 Saran**

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan saran yang dapat menjadi perbaikan untuk penelitian lainnya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan memperoleh sampel yang lebih banyak dan merata. Sehingga, hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi secara keseluruhan.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengembangan dengan menggunakan variabel lain yang belum terdapat dalam penelitian ini.

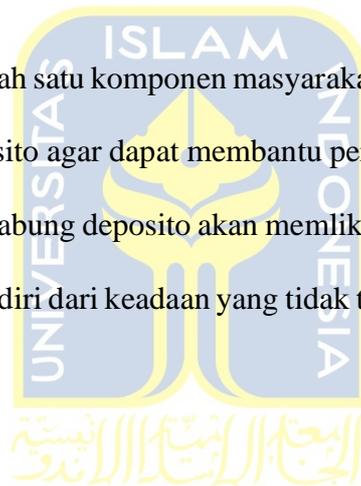
## **5.4 Implikasi**

### **1. Bagi perbankan**

Perbankan sebagai perusahaan yang menawarkan produk dan memberikan jasa pelayanan diharapkan untuk terus mengembangkan produk deposito dan meningkatkan pelayanannya, serta manajemen perbankan menambahkan seminar-seminar mengenai manfaat deposito sehingga minat nasabah untuk menabung deposito semakin tinggi.

### **2. Bagi Mahasiswa**

Mahasiswa sebagai salah satu komponen masyarakat diharapkan dapat meningkatkan minat menabung deposito agar dapat membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Selain itu, dengan menabung deposito akan memiliki dana darurat atau simpanan dana untuk mempersiapkan diri dari keadaan yang tidak terduga di masa yang akan datang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Riyadi, Y. A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 16–33. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2001). *Attitudes, Personality, and Behaviour*. Open University Press.
- Alif Al Hikam, H. (2020). Hasil Survei: Mahasiswa Pilih Nabung di Bank Ketimbang Investasi. *DetikFinance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5292770/hasil-survei-mahasiswa-pilih-nabung-di-bank-ketimbang-investasi>
- Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 43–52. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i1.296>
- Djunaedi. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility ( CSR ), dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2).
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 55–63. <https://doi.org/10.46821/ekobis.v1i2.28>
- Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Al-*

- Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>
- Fitri, B., & Relita, D. T. (2020). JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 137–147.
- Ghozali, I. (2018). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. 1(1), 31–48.
- Hair, J. . (2014). *Multivariate Data Analysis (New Intern*. Pearson.
- Hidayati, R. R., & Marlius, D. (2018). *Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Batang Kapas Pesisir Selatan*. 1–17. <https://doi.org/10.31227/osf.io/8dgqn>
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kemenkeu. (2021). *Pemerintah Terus Upayakan Pemulihan Ekonomi Namun Tetap Waspada Terhadap Pandemi Covid*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-upayakan-pemulihan-ekonomi-namun-tetap-waspada-terhadap-pandemi-covid/>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing 15th Edition* (15th ed.). Global Edition Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>

- Marlius, D. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh*. 12–22.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/vdqgx>
- Octarina, E., Hartoyo, H., & Beik, I. S. (2019). Customer Purchase Intention on Sharia Mutual Fund Products: a Tpb Approach. *Journal of Consumer Sciences*, 4(1), 37.  
<https://doi.org/10.29244/jcs.4.1.37-47>
- Populix. (2020). *Menelusuri Lebih Jauh Tren Belanja Online*. Populix.  
<https://www.info.populix.co/post/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia>
- Prabowo, H. I. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Variabel Promosi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Desa Reksosari Kab Semarang). *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI*.
- Ramadhani, N. Ik., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 79–87.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Retnowati, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri [IAIN Tulungagung]. In *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11259/>
- Rismayanti, N., Hariadi, S., & Ariani, M. (2019). *Analisis Minat Menabung Nsabah di Bank BCA Syariah Cabang Sidoarjo*. 23(2), 84.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada

Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136.

<https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>

Rusyidi, M. (2017). *Customer Excellence*. Gosyen Publishing Dessler.

Sakdiyah, L., Effendi, R., & Kustono, A. S. (2019). Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 120.

<https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11151>

Sejati, B. S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN : 2461-0593*, 5(3), 1–19.

Sekarwati, M. A., & Susanti. (2020). The influence of financial literacy, financial inclusion and individual modernity on saving behavior of surabaya's state collage students. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 16(2), 268–275.

Setiawan, A., & Wiwaha, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Padapt. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Kelapagading Square. *E-Journal Widya Ekonomika*, 2(1), 38–45.

<https://e-journal.jurwidyakop3.com/index.php/ekonomika/article/view/362>

Setiawan, D., & Afrianti, D. (2018). Pengaruh Dana Pihak Ketiga terhadap Pemberian Kredit dan Laba Bersih Bank. *AKURAT: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 9(3), 1–20.

Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 1–8.

<https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.3>

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&B*. Alfabeta.

Sunardi, & Rahmadayani, D. (2021). Analisis Persepsi, Motivasi, dan sikap mahasiswa terhadap minat menabung di bank syariah (Studi Kasus Mahasiswa Sekolah Tinggi

- Ekonomi Syariah Islamic Village Tangerang - Banten). *El-Ujrah: Journal of Islamic Banking and Finance*, 01(01), 30–43.
- Suwarto, S., & Anggraini, R. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung. *CAM Journal*, 3(2), 311–329.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2007). *Strategik Pemasaran*. Andi.
- Ulya, N. H., Soemarso, E. D., & Kodir, M. A. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK. CABANG SEMARANG. *KEUNIS*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2132>
- Umah, R., Surpiyatna, R. K., & Hubeis, M. (2020). Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(1), 59–94. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i1.176>
- Wahyuni, S. V., & Afriyeni, A. (2019). *Aktivitas Penghimpunan Dana Deposito Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah (Bpd) Sumatera Barat Cabang Lintau*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/g67d2>
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Evana Beltika Raharjo, Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Deposito di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta". Dalam penelitian ini, tidak ada jawaban yang benar atau salah dan data yang anda isi kan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya semata.

Apabila anda memiliki pertanyaan yang berhubungan dengan kuesioner ini dapat menghubungi saya melalui e-mail: [17312101@students.uii.ac.id](mailto:17312101@students.uii.ac.id). Atas bantuan dan partisipasi dalam penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Hormat Saya,

Evana

## A. Identitas Responden

Pada bagian ini, responden dimohon untuk mengisi identitas diri.

Nama : \_\_\_\_\_ (boleh disamarkan)

Jenis Kelamin :  Perempuan

Laki-lai

Usia :  17-21 tahun

22-26 tahun

27-31 tahun

Apakah anda mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta?

Ya

Tidak

Universitas :

UII

UGM

UNY

STIE YKPN Yogyakarta

UMY

UPN

UAJ Yogyakarta

UKDW

Lainnya : \_\_\_\_\_

Jurusan :

Ekonomi dan Bisnis

Ilmu Hukum



- Hubungan Internasional
- Pendidikan Kedokteran
- Ilmu Komunikasi
- Arsitek
- Teknik Informatika
- Psikologi
- Teknik Pertambangan dan Perminyakan
- Lainnya : \_\_\_\_\_

Apakah anda telah mempunyai deposito?

- Ya
- Tidak

### B. Indikator Variabel

Pada bagian ini, reponden diminta untuk mengisi jawaban dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



### A. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kesanggupan dari suatu produk yang dapat menghasilkan kinerja yang sesuai dengan kriteria kebutuhan pelanggan atau bahkan lebih (Kotler & Keller, 2016).

No.	Kualitas Produk	SS	S	N	TS	STS
1	Deposito yang ditawarkan mengikuti perkembangan kebutuhan nasabah					
2	Deposito yang ditawarkan dapat diakses dengan menggunakan internet banking					
3	Deposito yang ditawarkan mampu bersaing					
4	Deposito ditawarkan sesuai dengan aturan yang telah dibuat					
5	Deposito yang ditawarkan tidak memiliki batasan minimal dalam menyimpan dana					
6	Pegawai bank memberikan pelayanan cepat, tepat, dan akurat					
7	Desain buku tabungan deposito memiliki desain menarik					
8	Produk tabungan deposito sangat membantu masalah penyimpanan dana					

### B. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan yaitu tingkatan kesanggupan dari pemilik usaha dalam menawarkan semua yang dapat memenuhi keinginan pelanggan agar kebutuhannya terpenuhi (Sejati, 2016).

No.	Kualitas Pelayanan	SS	S	N	TS	STS
1	Pegawai bank memiliki penampilan yang bersih dan rapi saat melayani nasabah					
2	Pegawai bank memiliki ketanggapan saat nasabah membutuhkan sesuatu					
3	Pegawai bank mampu melayani sesuai perjanjian dengan akurat, cepat dan terpercaya					
4	Pegawai bank memberikan rasa aman dan percaya dalam bertransaksi.					
5	Pegawai bank memerhatikan kebutuhan yang saya butuhkan					

### C. Minat Menabung

Minat menabung dapat diartikan yaitu adanya sebuah keinginan berasal dari dalam diri individu yang timbul untuk menggunakan lembaga keuangan dengan memiliki tujuan tertentu sebagai tempat dalam menyimpan harta berbentuk uang atau benda berharga lain (Sunardi & Rahmadayani, 2021)

No.	Minat Menabung	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menggunakan deposito karena memiliki tujuan tertentu					
2	Saya akan menyarankan teman saya untuk menabung deposito					
3	Untuk saya deposito adalah tabungan yang terbaik saat ini					
4	Saya senang untuk mencari informasi mengenai deposito					

## Lampiran 2

### Hasil Pengolahan Data

#### 1. Variabel kualitas Produk

No	Kualitas Produk								Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	4	4	4	5	5	4	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	3	4	4	2	4	3	5	28
6	5	5	3	4	4	5	3	5	34
7	5	4	5	5	4	5	5	5	38
8	4	4	5	5	5	5	4	4	36
9	4	3	4	4	3	4	3	4	29
10	5	4	4	4	2	4	2	4	29
11	5	5	5	5	5	3	3	4	35
12	3	5	4	4	4	4	4	4	32
13	4	4	4	4	4	4	5	4	33
14	3	4	4	4	3	4	4	4	30
15	5	5	5	5	3	3	3	4	33
16	4	5	4	4	2	5	3	4	31
17	4	4	4	4	4	5	4	3	32
18	3	4	4	4	4	4	3	4	30
19	4	4	3	5	3	4	4	4	31
20	4	5	4	5	4	5	5	5	37
21	5	4	5	4	4	5	5	5	37
22	4	5	3	5	4	4	5	4	34
23	5	4	4	5	2	5	3	5	33
24	4	5	4	4	4	4	5	4	34
25	4	4	4	3	4	3	3	3	28
26	4	4	4	4	4	3	3	4	30

27	5	5	4	5	5	4	4	4	36
28	5	5	5	5	2	3	3	3	31
29	4	5	4	5	5	5	5	5	38
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	3	5	4	3	4	4	2	4	29
32	4	4	4	4	4	5	5	5	35
33	4	4	3	3	4	4	4	4	30
34	4	5	4	5	5	4	4	5	36
35	4	4	4	4	4	5	3	4	32
36	4	4	4	4	3	4	3	4	30
37	4	4	4	4	3	4	4	4	31
38	5	5	5	5	5	5	4	5	39
39	4	4	3	4	3	4	2	4	28
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	5	4	4	5	4	3	4	34
42	4	4	4	4	2	4	2	4	28
43	4	4	4	4	4	4	4	3	31
44	4	4	5	4	4	4	4	5	34
45	4	4	4	4	4	5	5	5	35
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	4	1	4	4	4	4	4	4	29
49	3	4	4	4	3	3	2	4	27
50	4	4	4	4	3	4	4	4	31
51	3	4	5	5	5	4	4	2	32
52	4	4	3	4	4	4	4	4	31
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	4	2	4	4	4	4	3	4	29
56	5	1	2	3	1	3	2	3	20
57	3	4	3	3	5	4	4	4	30
58	5	5	5	5	5	5	4	5	39

59	3	5	4	4	1	5	3	3	28
60	4	5	5	4	5	5	5	5	38
61	4	5	4	4	3	5	4	4	33
62	4	4	4	4	4	4	3	4	31
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	4	5	5	3	5	3	5	35
65	5	5	5	5	5	5	4	5	39
66	4	4	4	4	2	4	4	4	30
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	4	4	4	3	4	4	4	31
69	4	5	5	5	2	4	5	5	35
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	4	5	4	4	5	4	3	4	33
72	4	4	4	4	2	4	3	4	29
73	4	5	4	4	4	4	4	4	33
74	3	4	3	4	3	3	3	3	26
75	4	3	5	4	1	5	4	4	30
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	2	5	3	5	2	4	2	4	27
78	4	4	4	4	5	5	3	4	33
79	5	5	5	5	3	5	4	4	36
80	4	4	3	4	3	4	4	4	30
81	5	4	4	4	4	3	3	4	31
82	2	5	3	5	4	5	2	5	31
83	5	5	5	5	5	4	4	5	38
84	4	4	4	5	2	4	4	4	31
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	4	4	5	5	4	5	5	4	36
87	3	4	4	4	5	5	5	3	33
88	5	4	4	4	4	4	4	4	33
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	4	4	4	4	2	4	3	4	29

91	4	4	4	3	2	5	4	4	30
92	4	4	3	5	3	4	4	3	30
93	4	4	4	4	4	4	5	5	34
94	5	4	5	5	5	5	2	5	36
95	5	5	4	4	4	4	4	4	34
96	5	5	5	5	5	4	4	4	37
97	4	4	5	5	5	4	4	4	35
98	4	5	5	5	3	5	5	5	37
99	4	4	3	3	3	3	4	4	28
100	4	5	5	5	5	5	4	4	37
101	4	4	4	4	4	4	4	4	32
102	5	5	4	5	5	4	5	5	38
103	4	4	3	4	4	5	3	4	31
104	4	4	4	4	2	4	3	4	29
105	4	4	4	4	4	3	2	3	28
106	4	4	5	5	5	4	5	5	37
107	2	4	2	4	2	4	2	4	24
108	3	4	3	3	2	4	3	3	25
109	3	2	4	4	3	3	2	2	23
110	5	5	5	5	5	5	5	4	39
111	4	4	4	4	4	4	4	4	32
112	4	5	4	4	2	5	4	4	32
113	4	5	5	5	2	3	3	3	30
114	4	4	4	4	3	5	4	4	32
115	5	5	5	4	4	5	4	5	37

## 2. Variabel Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	5	20

4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	5	4	4	4	4	21
7	4	5	5	4	5	23
8	4	5	5	5	5	24
9	4	4	4	4	4	20
10	5	4	4	5	5	23
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	4	5	4	5	4	22
16	5	5	5	5	4	24
17	5	4	3	4	4	20
18	4	4	4	5	5	22
19	4	4	4	5	5	22
20	5	5	4	5	4	23
21	4	5	5	5	5	24
22	4	4	4	5	5	22
23	4	4	4	4	3	19
24	5	4	4	4	3	20
25	4	4	3	3	3	17
26	5	4	5	5	4	23
27	5	5	4	4	5	23
28	5	5	5	4	4	23
29	4	3	5	5	4	21
30	4	4	4	4	4	20
31	5	4	4	4	4	21
32	5	5	5	5	4	24
33	5	5	5	5	4	24
34	5	5	4	4	5	23
35	1	5	4	5	5	20

36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	3	4	19
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	3	4	3	3	3	16
43	4	4	4	4	4	20
44	5	5	5	5	5	25
45	4	4	3	3	4	18
46	4	5	5	5	4	23
47	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	4	2	18
49	4	3	4	4	4	19
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	4	4	3	21
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	5	5	5	25
55	4	4	4	4	4	20
56	4	3	4	4	4	19
57	4	4	3	4	4	19
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	4	5	5	24
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	5	4	5	22
62	5	5	5	5	4	24
63	5	5	5	5	4	24
64	5	5	5	5	5	25
65	5	4	5	5	5	24
66	5	4	4	4	3	20
67	5	5	5	5	5	25

68	5	4	4	5	5	23
69	5	4	4	5	5	23
70	5	5	5	5	5	25
71	5	4	4	4	4	21
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	5	4	24
74	4	4	4	4	3	19
75	3	2	3	3	3	14
76	5	5	5	5	5	25
77	5	4	4	4	5	22
78	5	5	5	5	4	24
79	5	5	4	5	4	23
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	5	4	4	5	4	22
83	4	5	4	4	4	21
84	5	4	4	4	4	21
85	4	4	4	4	4	20
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	4	4	5	23
93	3	4	3	5	5	20
94	3	3	3	3	3	15
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	5	5	22
98	5	5	5	5	5	25
99	4	4	3	3	3	17

100	4	4	4	4	4	20
101	4	4	4	4	4	20
102	5	5	5	5	5	25
103	5	5	5	5	5	25
104	3	4	4	3	3	17
105	4	2	4	3	3	16
106	4	4	4	5	4	21
107	4	2	4	2	4	16
108	4	4	4	4	4	20
109	5	4	4	4	3	20
110	5	5	5	5	5	25
111	5	5	5	5	5	25
112	2	3	3	2	2	12
113	3	4	3	3	3	16
114	5	5	5	5	4	24
115	5	4	5	4	5	23

### 3. Variabel Minat Menabung

No	Minat Menabung				Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	5	5	5	5	20
2	5	3	4	4	16
3	5	4	4	4	17
4	4	4	4	3	15
5	4	4	4	4	16
6	3	3	3	4	13
7	5	4	4	3	16
8	4	4	3	3	14
9	3	3	3	3	12
10	5	4	4	4	17
11	5	5	4	4	18
12	4	2	2	3	11

13	4	4	4	4	16
14	5	2	3	3	13
15	5	4	4	4	17
16	5	3	4	3	15
17	5	3	3	3	14
18	5	4	4	4	17
19	5	3	3	4	15
20	5	4	5	5	19
21	4	5	5	5	19
22	4	4	3	4	15
23	5	4	3	4	16
24	4	3	4	3	14
25	4	2	2	2	10
26	4	3	3	4	14
27	5	5	4	4	18
28	5	5	3	4	17
29	5	4	5	5	19
30	4	4	4	4	16
31	3	2	2	2	9
32	5	4	4	4	17
33	4	4	4	4	16
34	5	3	4	4	16
35	5	3	3	4	15
36	4	4	4	4	16
37	4	3	4	4	15
38	5	5	5	4	19
39	5	3	3	3	14
40	4	4	4	4	16
41	3	3	3	3	12
42	3	3	3	2	11
43	5	3	3	3	14
44	5	5	4	4	18

45	5	3	5	5	18
46	5	3	3	3	14
47	5	5	5	5	20
48	4	4	4	4	16
49	4	4	3	4	15
50	4	3	3	4	14
51	5	5	3	3	16
52	3	3	2	3	11
53	4	4	4	4	16
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	3	3	3	13
58	5	4	5	5	19
59	5	3	3	4	15
60	5	5	3	5	18
61	5	4	3	5	17
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	2	17
64	5	3	4	4	16
65	5	3	3	3	14
66	5	3	5	3	16
67	5	2	3	4	14
68	4	4	4	4	16
69	5	4	4	3	16
70	5	5	3	3	16
71	3	3	3	3	12
72	4	4	4	3	15
73	5	4	3	4	16
74	4	3	3	3	13
75	4	3	1	3	11
76	5	5	5	5	20

77	4	3	4	2	13
78	5	5	5	4	19
79	5	4	3	4	16
80	5	3	3	4	15
81	4	3	3	3	13
82	4	3	5	4	16
83	5	5	5	5	20
84	4	3	3	4	14
85	4	4	4	4	16
86	5	4	5	5	19
87	5	5	5	5	20
88	4	5	4	4	17
89	5	5	5	5	20
90	4	4	2	3	13
91	4	4	3	3	14
92	4	3	5	3	15
93	5	2	5	3	15
94	5	3	3	3	14
95	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	4	19
98	5	5	5	4	19
99	4	3	3	3	13
100	5	4	4	4	17
101	4	4	3	4	15
102	5	4	3	4	16
103	4	3	3	4	14
104	4	3	2	3	12
105	4	4	2	2	12
106	5	5	5	5	20
107	5	5	2	2	14
108	4	3	3	3	13

109	4	4	5	3	16
110	4	4	4	4	16
111	4	4	4	4	16
112	3	3	3	2	11
113	5	3	3	4	15
114	5	3	3	4	15
115	5	4	4	5	18



### Lampiran 3

#### Karakteristik Reponden

##### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki- laki	32	27.8	27.8
	Perempuan	83	72.2	100.0
	Total	115	100.0	100.0

##### Usia:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-21	34	29.6	29.6
	22-26	78	67.8	97.4
	27-31	3	2.6	100.0
	Total	115	100.0	100.0



##### Universitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	AMIKOM	1	.9	.9	.9
	STIE YKPN Yogyakarta	14	12.2	12.2	13.0
	UAD	1	.9	.9	13.9
	UAJ Yogyakarta	2	1.7	1.7	15.7
	UGM	27	23.5	23.5	39.1
	UII	56	48.7	48.7	87.8
	UKDW	2	1.7	1.7	89.6
	UMY	4	3.5	3.5	93.0
	UNY	6	5.2	5.2	98.3
	UPN	2	1.7	1.7	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

**Jurusan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Arsitek	3	2.6	2.6	2.6
Ekonomi dan Bisnis	74	64.3	64.3	67.0
Hubungan Internasional	4	3.5	3.5	70.4
Ilmu Hukum	4	3.5	3.5	73.9
Ilmu Komunikasi	4	3.5	3.5	77.4
Kehutanan	3	2.6	2.6	80.0
Keperawatan	1	.9	.9	80.9
Manajemen Informatika	1	.9	.9	81.7
Pendidikan Bahasa Inggris	1	.9	.9	82.6
Pendidikan Kedokteran	5	4.3	4.3	87.0
Pendidikan Musik	1	.9	.9	87.8
Pendidikan Sosiologi	1	.9	.9	88.7
Pendidikan Teknik Boga	1	.9	.9	89.6
Perikanan	2	1.7	1.7	91.3
Profesi Kedokteran Hewan	1	.9	.9	92.2
Psikologi	1	.9	.9	93.0
SEJARAH	1	.9	.9	93.9
sipil	1	.9	.9	94.8
Teknik Elektro	2	1.7	1.7	96.5
Teknik industri	1	.9	.9	97.4
Teknik Informatika	1	.9	.9	98.3
Teknologi Pangan	1	.9	.9	99.1
veteriner	1	.9	.9	100.0
Total	115	100.0	100.0	

**Apakah Anda telah mempunyai deposito?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	115	100.0	100.0	100.0

## Lampiran 4

### Hasil Analisis Data

#### UJI Statistika Deskriptif

##### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk (X1)	115	2.50	5.00	4.0880	.50545
Kualitas Pelayanan (X2)	115	2.40	5.00	4.2904	.55772
Minat Menabung (Y)	115	2.25	5.00	3.9196	.63050
Valid N (listwise)	115				



## Lampiran 5

### Uji Validitas

#### Variabel : Kualitas Produk (X1)

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1. 1	Pearson Correlation	1	.219*	.501**	.351**	.303**	.202*	.316**	.393**	.605**
	Sig. (2-tailed)		.019	.000	.000	.001	.030	.001	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
X1. 2	Pearson Correlation	.219*	1	.345**	.442**	.313**	.309**	.297**	.357**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.019		.000	.000	.001	.001	.001	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
X1. 3	Pearson Correlation	.501**	.345**	1	.551**	.367**	.329**	.406**	.351**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
X1. 4	Pearson Correlation	.351**	.442**	.551**	1	.331**	.300**	.312**	.373**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.001	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
X1. 5	Pearson Correlation	.303**	.313**	.367**	.331**	1	.235*	.426**	.330**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000		.011	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
X1. 6	Pearson Correlation	.202*	.309**	.329**	.300**	.235*	1	.442**	.524**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.000	.001	.011		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
X1. 7	Pearson Correlation	.316**	.297**	.406**	.312**	.426**	.442**	1	.416**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
X1. 8	Pearson Correlation	.393**	.357**	.351**	.373**	.330**	.524**	.416**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
Tota 1	Pearson Correlation	.605**	.611**	.709**	.658**	.688**	.606**	.711**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Variabel : Kualitas Pelayanan (X2)**

**Correlations**

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
Pearson Correlation	1	.502**	.585**	.528**	.406**	.746**
X2.1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.502**	1	.618**	.676**	.514**	.814**
X2.2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.585**	.618**	1	.689**	.563**	.843**
X2.3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.528**	.676**	.689**	1	.645**	.875**
X2.4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.406**	.514**	.563**	.645**	1	.778**
X2.5 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.746**	.814**	.843**	.875**	.778**	1
Total Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	115	115	115	115	115	115

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

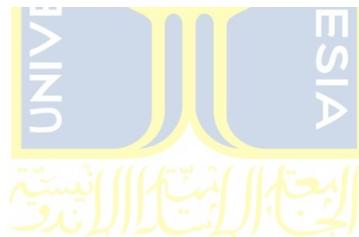
الجامعة الإسلامية

**Variabel: Minat Menabung (Y)**

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.356**	.369**	.429**	.648**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115
Y2	Pearson Correlation	.356**	1	.508**	.491**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115
Y3	Pearson Correlation	.369**	.508**	1	.563**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115
Y4	Pearson Correlation	.429**	.491**	.563**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	115
Total	Pearson Correlation	.648**	.780**	.822**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Lampiran 6

### Uji Realiabilitas

a. **Variabel: Kualitas Produk (X1)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	8

b. **Variabel: Kualitas Pelayanan (X2)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	5

c. **Variabel: Minat Menabung (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	4



## Lampiran 7

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.49981417
	Absolute	.071
Most Extreme Differences	Positive	.043
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.757
Asymp. Sig. (2-tailed)		.615

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



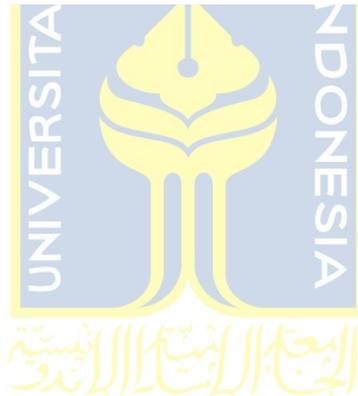
## Lampiran 8

### Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.446	.430		1.037	.302		
1 Kualitas Produk (X1)	.501	.110	.401	4.562	.000	.725	1.380
Kualitas Pelayanan (X2)	.333	.099	.294	3.344	.001	.725	1.380

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)



## Lampiran 9

### Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.324	.253		1.279	.203
Kualitas Produk (X1)	.035	.065	.060	.545	.587
Kualitas Pelayanan (X2)	-.015	.059	-.029	-.264	.792

a. Dependent Variable: abs\_res



## Lampiran 10

### Uji Regresi Linear Berganda

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.610 <sup>a</sup>	.372	.360	.50426	1.886

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.446	.430		1.037	.302		
1 Kualitas Produk (X1)	.501	.110	.401	4.562	.000	.725	1.380
Kualitas Pelayanan (X2)	.333	.099	.294	3.344	.001	.725	1.380

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	16.840	2	8.420	33.113	.000 <sup>b</sup>
Residual	28.479	112	.254		
Total	45.318	114			

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)