ABSTRAKSI

Persaingan yang semakin ketat dengan perbankan swasta, terbatasnya sumber daya manusia yang profesional, teknologi informasi dan telekomunikasi yang terus berkembang, serta peningkatan harga bahan pangan menjadi hambatan besar bagi bank pemerintah dalam mengakomodasi dana masyarakat. Kondisi ini mendorong Bank Rakyat Indonesia (BRI) berupaya mengembangkan berbagai strategi untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya melalui peningkatan minat menabung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara nilai nasabah, reputasi, kepercayaan terhadap minat menabung PT. BRI di Kantor Cabang Pembantu Ambarawa.

Permasalahan yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan minat menabung nasabah melalui pengelolaan nilai nasabah, reputasi, kepercayaan terhadap minat menabung nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh nilai nasabah, reputasi,kepercayaan dalam mempertimbangkan menabung di bank. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah calon nasabah PT. Bank BRI KCP Ambarawa yang berjumlah 108 responden. Model teoritis yang terdiri dari 4 variabel dengan 4 hipotesis akan diuji dengan menggunakan alat analisis SEM melalui program AMOS.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dari 4 hipotesis yang diajukan 3 hipotesis diterima dan 1 diantaranya ditolak yaitu hipotesis ketiga. Hipotesis ketiga yang berbunyi bahwa semakin tinggi nilai nasabah , maka semakin tinggi minat menabung tidak dapat dibuktikan secara statistik atau ditolak. Oleh karena itu, disarankan agar peningkatan minat menabung lebih fokus pada peran nilai nasabah pada kepercayaan, sehingga akan menciptakan kepercayaan yang positif dan berdampak pada peningkatan minat menabung.

Kata Kunci : Nilai Nasabah, Reputasi, Kepercayaan, Minat Menabung

FEB UNDIP