

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMBUKA REKENING  
TAHAPAN BCA DI SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh :

**RUT WURY HANDAYANI**  
**2011210070**

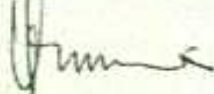
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2015**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rut Wury Handayani  
Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 12 Mei 1993  
N.I.M : 2011210070  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Perbankan  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya

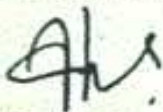
**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : ..15 Oktober 2015



**(Dra. Lindiawati, M.M)**

Ketua Program Sarjana Manajemen  
Tanggal : ..21 Oktober 2015



**(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND PROMOTION  
ON PURCHASE DECISION OF  
TAHAPAN BCA IN SURABAYA**

**Rut Wury Handayani**  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : rutwury93@gmail.com

**ABSTRACT**

*The objective of this study is to examine the effect of product quality, service quality and promotion on purchase decision of the customers of Tahapan BCA in Surabaya. This study explores the effect of product quality, including performance, features, conformance, reliability, durability, serviceability, aesthetics and perceived quality; service quality factor, including reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible; and promotion factor, including advertising, sales promotion, publication and personal selling; toward purchase decision factor, including problem recognition, information search, alternatives evaluation, purchase decision and post-purchase behavior. The respondents are the holders of Tahapan BCA in Surabaya who, at least, have visited BCA counter at least twice. Questionnaires were used to collect primer data from 100 respondents. Since the research is a causal research accommodating three independent variabels and one dependent variable, the statistical analysis used is Multiple Regression Analysis. The result of this research is that product quality, service quality and promotion positively and significantly affect the decision of BCA customers to open Tahapan BCA savings account in Surabaya. By the significance of the hypotheses test result, some recommendations can be accommodated to solve the problems namely innovate the design of its passbook (based on the means score of 3.86 of passbook appearance), improve the quality of service especially showing solution on the customers' problem and service speed (based on the score of 4.25), and extend the coverage of the its networking with merchants beneficial for Tahapan BCA customers.*

**Keywords** : *product quality, service quality, promotion, purchase decision*

**PENDAHULUAN**

Keputusan nasabah untuk membuka rekening atau membuka tabungan merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang dapat diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui hal-hal seperti: komitmen untuk membeli dan menggunakan produk dari perusahaan, komitmen untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan niat untuk

memberikan hal-hal positif kepada perusahaan. Tidak sedikit nasabah yang memiliki rekening dua atau lebih bank, dikarenakan adanya kebutuhan produk atau jasa yang tidak terpenuhi dari salah satu bank tersebut yang mengakibatkan persaingan antar bank dalam menghimpun dana dari masyarakat melalui bermacam-macam cara antara lain mengeluarkan jenis-jenis tabungan yang dilengkapi

sejumlah atribut yang dapat merangsang minat masyarakat untuk membuka rekening.

Tabungan Hari Depan yang lebih dikenal dengan Tahapan BCA. Berbagai segmen ditawarkan oleh Bank BCA dalam tabungan Tahapan kepada nasabah yang berbeda, tentunya dengan fitur-fitur yang menarik yang disesuaikan dengan masing-masing segmen tersebut. Contohnya Tahapan BCA diperuntukkan bagi nasabah perorangan atau yayasan. Kemudian Tahapan Gold diperuntukkan bagi segmen bisnis. Sementara itu, untuk menangkap pasar anak muda, Bank BCA menawarkan Tahapan Xpresi dengan fitur-fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda, termasuk kartu ATM yang dapat didesain sesuai dengan selera nasabah.

Nasabah merupakan faktor utama di balik kesuksesan Bank BCA dan merupakan alasan bagi Bank BCA untuk tetap menjaga komitmen dalam memberikan layanan terbaik yang nyaman dan berkualitas ([www.bca.co.id](http://www.bca.co.id)).

Kualitas produk berperan penting sebagai elemen kunci yang membawa nilai kepada pelanggan, lebih dari sekedar benda nyata tetapi termasuk fitur layanan, desain, kualitas kinerja, nama merek dan kemasan. Pelanggan mencari produk yang

handal yang sesuai dengan tujuan dan mampu berdiri sesuai dengan fungsinya.

Kualitas pelayanan yang diberikan Bank BCA kepada nasabah juga sangat penting guna memberikan respon untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan atau nasabah. Kualitas pelayanan merupakan “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan” (Tjiptono, 2008:59).

Promosi merupakan arus informasi yang bersifat mempersuasi satu arah dan dibuat untuk mengarahkan seseorang atau sekelompok atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran. Bentuk promosi yang dilakukan Bank BCA agar pelanggan atau nasabah yang membuka rekening meningkat adalah dengan memberikan berbagai kelebihan dan daya tarik seperti memberikan kartu ATM, hadiah, kerjasama *merchant* dan layanan *e-banking*. Dengan adanya nilai positif yang diberikan kepada nasabah, maka nasabah semakin percaya dan tertarik untuk membuka rekening di tabungan Tahapan BCA. Sebaliknya, jika nilai negatif yang diberikan kepada nasabah maka berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam membuka rekening.

**TABEL 1**  
**TOP BRAND INDEX PRODUK TABUNGAN**  
**BANK KONVENSIONAL INDONESIA**  
**2013-2014**

Merek	Tahun 2013		Tahun 2014	
	TBI	Ranking	TBI	Ranking
Tahapan BCA	30,4%	1	29,4%	1
BRI Britama	16,9%	2	19,9%	2
Tabungan Mandiri	16,0%	3	17,5%	3
BRI Simpedes	14,7%	4	11,1%	4
BNI Taplus	8,9%	5	9,6%	5
Bank DKI	-	-	1,6%	6
Tabungan Danamon	1,5%	6	1,1%	7
Tabungan Batara Prima	1,2%	7	-	-
Tabungan CIMB Niaga	1,0%	8	-	-

Sumber: Top Brand Index (TBI) 2013-2014

Berdasarkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa dari ranking satu sampai dengan tiga, termasuk dalam kategori TOP versi *Top Brand Index* (TBI) yaitu Tahapan BCA, BRI Britama dan Tabungan Mandiri yang masing-masing memiliki nilai di atas 15% dari tahun 2013 sampai dengan 2014.

*Top Brand Index* (TBI) adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen atas hasil riset terhadap konsumen Indonesia. *Top Brand Index* merupakan barometer pengukuran kesuksesan sebuah merek di pasar. Merek yang terpilih adalah merek yang memperoleh *Top Brand Index* minimum sebesar (10%) dan menurut hasil survey berada dalam posisi *top three* sehingga merek tersebut akan menyandang predikat merek *Top Brand Award*.

Terkait dengan *Top Brand Index* pada tabel 1 menunjukkan bahwa prosentase penjualan tabungan Tahapan BCA pada tahun 2013 sebesar 30,4% dan pada tahun 2014 prosentase penjualannya sebesar 29,4%. Dengan data yang diperoleh dua tahun terakhir ini menunjukkan bahwa terjadinya penurunan penjualan yang terjadi pada tabungan Tahapan BCA sebesar 1%. Berbeda halnya dengan dua merek yang juga termasuk ke dalam predikat TOP yaitu tabungan BRI Britama dan Tabungan Mandiri yang mengalami peningkatan di tahun 2014.

Berdasarkan hasil pada tabel 1, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya”.

## **KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Kualitas Produk**

Kotler dan Armstrong (2012:283), mendefinisikan Kualitas Produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of*

*operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan menjadi pengaruh penting dalam perbankan, mengingat banyaknya pesaing yang bersamaan menawarkan layanan yang berkualitas dan tentunya dengan teknologi yang sangat modern. Pelanggan akan memberikan penilaian mengenai kualitas dari sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan deskripsi mereka. Pelanggan atau nasabah akan beralih ke bank lain jika ada yang lebih mampu memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan kebutuhannya. Maka kualitas pelayanan menjadi faktor yang tidak kalah penting agar setiap bank selalu dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Dan nasabah ingin diberikan pelayanan yang terbaik.

### **Promosi**

Promosi merupakan faktor yang juga penting dalam keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Begitupula dengan nasabah, jika nasabah belum pernah mendengar bahkan tidak mengerti mengenai produk bank khususnya tabungan maka mereka tidak akan pernah memutuskan untuk membuka rekening pada suatu bank tersebut.

Menurut Tjiptono (2008:229) menjelaskan bahwa promosi adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli.

### **Keputusan Membuka Rekening**

Keputusan nasabah dalam membuka rekening tabungan, merupakan dampak dari adanya informasi mengenai produk dan berbagai layanan serta promosi yang membuat nasabah merasa tertarik sehingga adanya keinginan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Selain itu, adanya pengaruh dari pihak lain yang merekomendasikan tabungan sangat berpengaruh terhadap kualitas dan kemajuan produk tabungan dalam suatu bank.

Kotler dan Armstrong (2012:166) menjelaskan bahwa proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Kotler dan Keller berpendapat, bahwa konsumen tidak selalu melalui lima tahap pembelian produk. Mereka mungkin melewati atau membalik beberapa tahap.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Membuka Rekening**

Kualitas produk sangat erat kaitannya dalam keputusan nasabah untuk membuka rekening. Nasabah pasti ingin mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas yaitu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga akan mendorong untuk melakukan membuka rekening tersebut.

Kualitas dari sebuah produk merupakan salah satu pertimbangan penting nasabah dalam pengambilan keputusan. Memberikan kualitas produk yang tinggi sudah merupakan kewajiban perusahaan untuk mencapai tujuannya. Jika kualitas produk tersebut jelek maka kemungkinan nasabah tidak akan tertarik dan membuka rekening. Penjualan produk dengan kualitas yang bagus, original dan menarik akan meningkatkan kepercayaan dari nasabah khususnya dalam hal kehandalan suatu produk. Dengan

demikian nasabah akan memutuskan untuk membuka rekening.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membuka rekening.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Membuka Rekening**

Kualitas pelayanan berpengaruh penting dalam proses keputusan nasabah untuk membuka rekening karena kualitas pelayanan sulit dievaluasi oleh nasabah daripada kualitas produknya. Hal ini dapat dinilai dari persepsi penilaian nasabah atas pelayanan yang diberikan secara nyata sehingga nasabah dapat merasakan layak atau tidak produk tersebut untuk dimiliki dan digunakan.

Evaluasi kualitas pelayanan tidak hanya diperoleh dari hasil akhir keputusan membuka rekening saja melainkan dalam proses layanan yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah mau membuka rekening.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

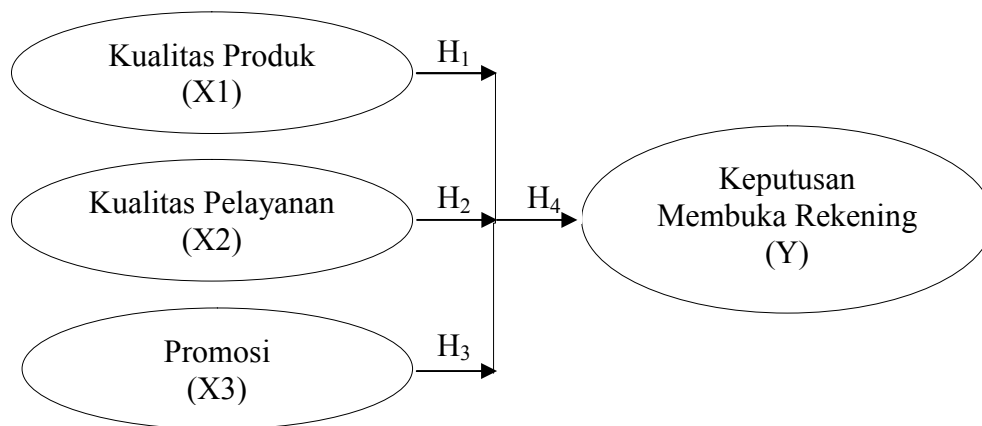
H<sub>2</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membuka rekening.

### **Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Membuka Rekening**

Promosi juga berpengaruh terhadap keputusan untuk membuka rekening karena tanpa promosi nasabah tidak akan pernah mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan cara yang ampuh untuk menarik nasabah untuk membuka rekening serta mempertahankan nasabahnya. Promosi juga berfungsi untuk menginformasi dan mengingatkan nasabah akan produk yang membuat nasabah tertarik untuk membuka rekening dan akhirnya juga meningkatkan reputasi bank di mata para nasabahnya.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membuka rekening.



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran Penelitian**

## METODE PENELITIAN

### Klasifikasi Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah tabungan Tahapan BCA di Surabaya.

Sampel pada penelitian ini adalah nasabah tabungan Tahapan BCA yang memenuhi kriteria sebagai responden. Adapun kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut : (a) Usia responden  $\geq 19$  tahun, (b) Nasabah memiliki rekening tabungan Tahapan BCA, (c) Nasabah yang pernah berinteraksi di kantor bank minimal 2 kali.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2013:154), definisi *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *convenience sampling*.

Karena jumlah populasi nasabah tabungan Tahapan BCA tidak diketahui secara pasti, maka teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel dapat

menggunakan rumus menurut Widiyanto (2008:19) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = *score* pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96

moe = *margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dari hasil rumus di atas, maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} \quad n = \frac{3,8416}{0,04} \quad n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka dapat diperoleh jumlah sampel yang baik dari populasi minimal 96,04 orang. Namun untuk mempermudah perhitungan dan karena adanya unsur pembulatan, jumlah sampel yang akan digunakan adalah berjumlah 100 responden.

### Data Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti

populasi dan sampel orang-orang atau penduduk dimana pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menjelaskan pengujian hipotesis mengenai hubungan yang terjadi antara variabel bebas dan variabel terikat.

Berdasarkan sumber data, penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari responden secara langsung yang merupakan persepsi responden tentang pengaruh kualitas produk, pelayanan dan promosi terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan informasi yang mempelajari sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang yang bisa terpengaruh oleh sistem (Siregar, 2014:44).

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu Keputusan Membuka Rekening dan variabel independen terdiri dari Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi.

### **Definisi Operasional Variabel**

#### **Kualitas Produk**

Kualitas produk (X1) merupakan keseluruhan produk dan jasa yang berkaitan dengan keinginan nasabah BCA terkait dengan keunggulan produk tabungan Tahapan BCA yang telah layak untuk digunakan sesuai dengan harapan nasabah.

Adapun variabel ini diukur dengan menggunakan kisi-kisi instrumen yang mengacu pada jurnal (Shaharudin et al., 2011) :

1. Tabungan Tahapan BCA dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik Saya.
2. Tabungan Tahapan BCA memiliki fasilitas tambahan seperti *e-banking*, m-

BCA, kartu ATM BCA dan *Key* BCA beserta pin untuk keamanan.

3. Prosedur tabungan Tahapan BCA mudah bagi nasabah.
4. Tabungan Tahapan BCA merupakan produk yang handal.
5. Tabungan Tahapan BCA dapat digunakan secara terus-menerus.
6. Kemudahan dalam penggantian kartu ATM Tahapan BCA hilang.
7. Kemudahan transaksi setor dan tarik tunai baik di Bank BCA maupun mesin ATM.
8. Desain bentuk dan warna pada buku dan kartu ATM tabungan Tahapan BCA memiliki daya tarik tersendiri.
9. Tabungan Tahapan BCA memberikan kualitas yang baik.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh bank guna memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah BCA. Pelayanan dapat berupa kemudahan pengoperasian produk, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sifat dan sikap karyawan Bank BCA dalam memberikan pelayanan bagi kepuasan nasabah.

Adapun variabel ini diukur dengan menggunakan kisi-kisi instrumen yang mengacu pada jurnal (Sugiarto dan Subagio, 2014) :

1. Karyawan Bank BCA dapat melayani nasabah dengan baik.
2. Karyawan Bank BCA berkomunikasi dengan nasabah secara baik.
3. Karyawan Bank BCA memberikan pelayanan secara cepat.
4. Karyawan Bank BCA memberikan pelayanan secara tepat.
5. Karyawan Bank BCA dapat menjawab pertanyaan dengan baik.
6. Karyawan Bank BCA dapat menjawab keluhan dengan baik.
7. Bank BCA bertanggungjawab atas keamanan transaksi.



8. Pelayanan yang diberikan karyawan Bank BCA menimbulkan kepercayaan pada nasabah.
9. Karyawan Bank BCA memberikan perhatian khusus atas saran dan keluhan nasabah.
10. Karyawan Bank BCA dapat menjaga penampilan diri.
11. Ruangan Bank BCA tertata dengan baik.

### **Promosi**

Promosi berkaitan secara langsung melalui komunikasi antar pihak Bank BCA dengan nasabah BCA yaitu dengan cara mempersuasi dalam memperkenalkan Tahapan BCA.

Adapun variabel ini diukur dengan menggunakan kisi-kisi instrumen yang mengacu pada jurnal (Nugroho, Lubis dan Apriatni, 2014) :

1. Iklan tabungan Tahapan BCA memberikan informasi yang dapat dipercaya.
2. Dengan tabungan Tahapan BCA, Saya mendapatkan berbagai potongan harga pada penjualan produk tertentu.
3. Bank BCA sering terlibat dalam kegiatan sponsorship (misal: bencana alam, olahraga dan beasiswa).
4. Karyawan Bank BCA juga memberikan informasi lain selain tabungan Tahapan BCA (misal: Kredit Kendaraan Bermotor).

### **Keputusan Membuka Rekening**

Keputusan membuka rekening adalah keputusan yang diambil nasabah yang mengarah pada niat untuk membuka rekening tabungan Tahapan BCA.

Adapun variabel ini diukur dengan menggunakan kisi-kisi instrumen yang mengacu pada jurnal (Nugroho, Lubis dan Apriatni, 2014) :

1. Perasaan lebih aman jika membuka rekening di tabungan Tahapan BCA
2. Pencarian informasi tentang tabungan Tahapan BCA
3. Kesukaan terhadap tabungan Tahapan BCA

4. Keinginan membuka rekening di tabungan Tahapan BCA
5. Rekomendasi tabungan Tahapan BCA kepada orang lain

### **Analisis Deskriptif**

Analisis data deskriptif merupakan analisa yang dilakukan oleh seorang peneliti yang berhubungan secara langsung dengan responden yang diteliti. Analisis ini berguna untuk mendeskripsikan atau menggambarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan responden penelitian dengan variabel yang diteliti.

Pada analisis deskriptif ini akan dijelaskan mengenai distribusi masing-masing variabel yaitu variabel dependen yang meliputi Keputusan Membuka Rekening dan variabel independen yang meliputi Kualitas Produk, Pelayanan dan Promosi.

### **Analisis Statistik**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis statistik penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat ukur (*statistical package for social science*) SPSS versi 16. Analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen (X) yang diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen (Ghozali, 2011:95).

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden Penelitian**

Sebagian besar range usia dalam penelitian ini adalah responden berusia  $19 \leq x < 25$  tahun sebanyak 41 responden dengan persentase sebesar 41% yang masih bekerja sebagai pemula atau muda. Tiga kelompok usia yang hampir sama besar adalah usia  $19 \leq x < 25$  tahun,  $25 \leq x < 30$  tahun dan  $30 \leq x < 35$  tahun. Namun pada usia 35 tahun ke atas mendapatkan perolehan yang lebih sedikit dikarenakan peneliti menyebar kuesioner di lokasi perkantoran

yang mayoritas pekerjaanya pada usia muda.

Sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 65 respondendengan persentase sebesar 65%. Hal ini dapat terjadi karena peneliti melakukan penyebaran di beberapa lokasi perkantoran dan Bank BCA. Namun perolehan terbesar kedua adalah responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 18 responden dengan persentase sebesar 18%, hal ini dikarenakan peneliti menyebar kuesioner di beberapa lokasi pusat perdagangan.

Sebagian besar range pendapatan perbulan dalam penelitian ini adalah responden dengan pendapatanper bulan  $Rp\ 3.000.000 \leq x < Rp\ 4.000.000$  sebanyak 28 respondendengan persentase sebesar 28%. Dua kelompok pendapatan per bulan yang hampir sama besar adalah pendapatan  $Rp\ 3.000.000 \leq x < Rp\ 4.000.000$  dan  $Rp\ 2.000.000 \leq x < Rp\ 3.000.000$  yang dimungkinkan responden bekerja sebagai pegawai swasta dan wiraswata.

Sebagian besar range lama menggunakan produk dalam penelitian ini adalah responden yang menggunakan produk selama  $x \geq 1$  tahun sebanyak 77 respondendengan persentase sebesar 77%. Dua kelompok responden yang hampir sama besar adalah mereka yang menggunakan produk selama  $1 \leq x < 6$  bulan dan  $6 \leq x < 12$  bulan. Namun terdapat 1 responden yang menggunakan produk selama  $1 > x$  bulan, kemungkinan responden merupakan nasabah baru tabungan Tahapan BCA.

Sebagian besar range frekuensi berkunjung ke kantor bank dalam penelitian ini adalah sebanyak  $> 10$  kali dengan perolehan 45 respondenatau dengan persentase sebesar 45%. Namun perolehan terbesar kedua adalah responden yang berkunjung ke kantor bank sebanyak 3 – 6 kali dengan perolehan 28 responden atau dengan persentase sebesar 28%. Responden dimungkinkan akan ke bank ketika memang ada keperluan seperti menabung, transfer, dan hal yang berkaitan

dengan bank. Ada pula responden yang memiliki rekening tabungan Tahapan BCA hanya sebagai perantara untuk pembayaran gaji dari pekerjaan mereka, sehingga frekuensi untuk berkunjung ke bank tidak sesering responden yang memang sering melakukan transaksi setor dan tarik tunai langsung di teller bank.

### **Analisis Dekriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai hasil dari penelitian yang berkaitan dengan responden yang memiliki produk tabungan Tahapan BCA.

Pada analisis deskriptif ini menjelaskan tentang distribusi masing-masing variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat dengan rumus seperti di bawah ini :

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi-nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$\text{Interval kelas} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

### **Kualitas Produk**

Hasil dari para responden terhadap variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa mayoritas dari 100 responden memberikan penilaian Sangat Setuju dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,50 yang ada pada item pernyataan KP7 dengan pernyataan “Saya dapat bertransaksi dengan mudah dan baik di Bank BCA maupun mesin ATM” dan yang memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,86 yang ada pada item pernyataan KP8 dengan pernyataan “Saya tertarik oleh desain bentuk dan warna pada buku dan kartu ATM tabungan Tahapan BCA”. Sedangkan secara keseluruhan variabel Kualitas Produk memiliki total mean sebesar 4,29. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden menjawab “Sangat Setuju”.

### **Kualitas Pelayanan**

Hasil dari para responden terhadap variabel Kualitas Produk menunjukkan

bahwa mayoritas dari 100 responden memberikan penilaian Sangat Setuju dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,41 yang ada pada item pernyataan KPL11 dengan pernyataan “Karyawan Bank BCA berkomunikasi dengan Saya secara baik” dan yang memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,25 yang ada pada item pernyataan KPL18 dengan pernyataan “Karyawan Bank BCA memberikan perhatian khusus atas saran dan keluhan Saya”. Sedangkan secara keseluruhan variabel Kualitas Pelayanan memiliki total mean sebesar 4,34. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden menjawab “Sangat Setuju”.

### Promosi

Hasil dari para responden terhadap variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa mayoritas dari 100 responden memberikan penilaian Setuju dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,03 yang ada pada item pernyataan P21 dengan pernyataan “Iklan tabungan Tahapan BCA memberikan informasi yang dapat Saya percaya” dan yang memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,61 yang ada pada item pernyataan P22 dengan pernyataan

“Dengan tabungan Tahapan BCA, Saya mendapatkan berbagai potongan harga pada penjualan produk tertentu”. Sedangkan secara keseluruhan variabel Promosi memiliki total mean sebesar 3,90. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden menjawab “Setuju”.

### Keputusan Membuka Rekening

Hasil dari para responden terhadap variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa mayoritas dari 100 responden memberikan penilaian Sangat Setuju dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,31 yang ada pada item pernyataan KMR25 dengan pernyataan “Saya merasa lebih aman jika membuka rekening di tabungan Tahapan BCA” dan yang memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,04 yang ada pada item pernyataan KMR26 dengan pernyataan “Sebelum memutuskan untuk membuka rekening tabungan Tahapan BCA, Saya mencari informasi terkait terlebih dahulu”. Sedangkan secara keseluruhan variabel Keputusan Membuka Rekening memiliki total mean sebesar 4,23. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden menjawab “Sangat Setuju”.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

**TABEL 2**  
**HASIL UJI NORMALITAS ONE SAMPLE**  
**KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST**

	Kolmogorov-Smirnov Z	Signifikansi
Unstandardized Residual	0,889	0,408

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 2 maka diperoleh nilai sebesar 0,089 dan dinyatakan signifikan karena nilai

signifikansinya di atas 0,05 yaitu sebesar 0,408 atau 40,8%.

### 2. Uji Multikolinearitas

**TABEL 3**  
**HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS**

Variabel Bebas	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,506	1,976
Kualitas Pelayanan	0,582	1,719
Promosi	0,653	1,532

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3 bahwa nilai tolerance pada seluruh variabel bebas pada penelitian ini yaitu di atas 0,10. Sedangkan nilai VIF pada seluruh variabel bebas pada penelitian ini

### 3. Uji Autokorelasi

**TABEL 4**  
**HASIL UJI AUTOKORELASI**

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson	
	dU	4-dU
2,031	1,736	2,264

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4 bahwa nilai Durbin-Watson (DW) pada penelitian ini yaitu sebesar 2,031 terletak di antara nilai dU (1,736) dan nilai 4-dU (2,264) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi yang berarti tidak ada hubungan antara variabel pengganggu pada periode sekarang dengan sebelumnya.

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang berarti tidak

adalah di bawah 10. Jadi dapat diperoleh hasil bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas, yang berarti tidak ada hubungan yang signifikan antar variabel bebas dalam model regresi.

terjadi kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga dapat dikatakan layak untuk memprediksi Keputusan Membuka Rekening berdasarkan masukan variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi.

### Analisis Regresi

Regresi Linier Berganda adalah persamaan yang digunakan untuk mengukur pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap variabel terikat yaitu keputusan membuka rekening.

**TABEL 5**  
**HASIL PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	3,744	1,539	-	2,433	0,017
Total KP	0,240	0,052	0,416	4,621	0,000
Total KPL	0,084	0,037	0,193	2,294	0,024
Total P	0,266	0,069	0,306	3,860	0,000

Sumber: Data diolah

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, parameter untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0,240. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Produk mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka mengakibatkan kenaikan pada variabel Keputusan Membuka Rekening sebesar 0,240 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Membuka Rekening.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, parameter untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,084. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka mengakibatkan kenaikan

pada variabel Keputusan Membuka Rekening sebesar 0,084 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Membuka Rekening.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, parameter untuk variabel Promosi sebesar 0,266. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel Promosi mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka mengakibatkan kenaikan pada variabel Keputusan Membuka

Rekening sebesar 0,084 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Membuka Rekening.

### Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Membuka Rekening secara bersama-sama atau serempak.

**TABEL 6**  
**HASIL UJI SIGNIFIKANSI SIMULTAN (UJI F)**  
**ANOVA (b)**

Model	df	F	Sig.
Regression	3	49,272	0,000
Residual	96		
Total	99		

Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada tabel 6 dari uji ANOVA atau uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 49,272 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dikatakan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Membuka Rekening.

#### 2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Membuka Rekening secara parsial atau terpisah.

**TABEL 7**  
**HASIL UJI T DAN KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL**

Variabel	Sig	t Hitung
Kualitas Produk	0,000	4,621
Kualitas Pelayanan	0,024	2,294
Promosi	0,000	3,860

Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada tabel 7 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Membuka Rekening.

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Membuka Rekening

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 7, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi pada uji t sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 yang menyatakan bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan positif

terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya.

Hal ini berarti bahwa nasabah akan memilih produk dengan kualitas produk yang baik. Dalam penelitian ini, responden yang menilai bahwa produk tabungan Tahapan BCA memiliki kualitas produk yang baik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk yang signifikan dan positif yang dapat didukung oleh hasil penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditentukan dalam proses keputusan membuka rekening akan menentukan tingkat kecenderungan nasabah pada produk tersebut. Nasabah akan membandingkan kualitas produk dengan produk lain sehingga dapat menentukan produk yang dipilih untuk jangka waktu yang lama. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa dalam banyak hal, kualitas produk tabungan Tahapan BCA sudah sesuai dengan kriteria sebagaimana yang diharapkan oleh nasabah, dimana dalam hal ini nasabah akan mengharapkan fasilitas tambahan produk yang ada, kemudahan dalam bertransaksi dimana saja dan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini didukung juga dari hasil pertanyaan terbuka bahwa secara keseluruhan responden menjawab bahwa Bank BCA dapat dikatakan sebagai bank yang berkompeten di Surabaya.

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Shahrudin et al. (2011), dalam konteks yang berbeda Shahrudin et al meneliti Hubungan antara Kualitas Produk dan Niat Beli: Kasus Sepeda Motor/Produsen Skuter Nasional Malaysia, dimana hasilnya sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk yang terdiri dari Kinerja, Fitur, Kesesuaian, Keandalan, Daya Tahan, Kemudahan Perbaikan, Estetika dan Kesan Kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli Sepeda Motor/Skuter.

Berdasarkan uraian hasil penelitian mengenai pengaruh parsial dari variabel

Kualitas Produk di atas, yang berarti bahwa Hipotesis ke-1 yang berbunyi “Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya” dapat dibuktikan kebenarannya.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Membuka Rekening**

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 7, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi pada uji t sebesar 0,024 atau kurang dari 0,05 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya.

Hal ini berarti bahwa penilaian yang baik mengenai produk yang sesuai dengan tingkat baik atau tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan akan mendorong nasabah untuk melakukan keputusan terhadap produk tersebut. Hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif yang dapat didukung oleh hasil penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil pengalaman nasabah dalam memakai produk akan menghasilkan penilaian terhadap produk tersebut terkait hubungannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BCA. Apabila pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BCA sudah memberikan kualitas dan memuaskan nasabah, maka nasabah akan memberikan nilai positif terhadap karyawan Bank BCA. Dengan penilaian tersebut maka nasabah akan tetap berkeinginan untuk membuka rekening tabungan Tahapan BCA. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa produk tabungan Tahapan BCA dinilai oleh responden memiliki kemampuan untuk mempertahankan kualitas pelayanannya. Hal ini didukung juga dari hasil pertanyaan terbuka bahwa secara keseluruhan responden menjawab bahwa

karyawan Bank BCA ramah kepada nasabahnya dan pelayanan yang diberikan juga cepat, tanggap dan responsif.

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Sugiarto dan Subagio (2014), dalam konteks yang berbeda Sugiarto dan Subagio meneliti Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli di Dream of Kahyangan Art Resto Surabaya, dimana hasilnya sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen di Dream of Kahyangan Art Resto Surabaya.

Berdasarkan uraian hasil penelitian mengenai pengaruh parsial dari variabel Kualitas Pelayanan di atas, yang berarti bahwa Hipotesis ke-2 yang berbunyi “Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya” dapat dibuktikan kebenarannya.

### **Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Membuka Rekening**

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 7, dapat diketahui bahwa variabel Promosi mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi pada uji t sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 yang menyatakan bahwa Promosi mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya.

Hal ini berarti bahwa penilaian yang baik mengenai produk yang sesuai dengan tingkat baik atau tidaknya promosi yang diberikan akan mendorong nasabah untuk melakukan keputusan terhadap produk tersebut. Hipotesis 3 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif yang dapat didukung oleh hasil penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil pengalaman nasabah dalam memakai produk akan menghasilkan penilaian terhadap produk tersebut terkait hubungannya dengan

promosi yang diberikan. Apabila promosi yang diberikan sudah memberikan informasi yang dapat dipercaya, maka nasabah akan memberikan nilai positif terhadap tabungan Tahapan BCA. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa nasabah dalam mencari atau memilih tabungan Tahapan BCA akan mempertimbangkan faktor promosi produk tabungan Tahapan BCA tersebut. Hal ini didukung juga dari hasil pertanyaan terbuka bahwa secara keseluruhan responden menjawab bahwa iklan yang diberikan sudah memberikan informasi yang tepat dan terbaru mengenai produk tabungan Tahapan BCA.

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Nugroho, Lubis dan Apriatni (2014), dalam konteks yang sama Nugroho, Lubis dan Apriatni meneliti Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Semarang Pattimura, dimana hasilnya sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung.

Berdasarkan uraian hasil penelitian mengenai pengaruh parsial dari variabel Kualitas Pelayanan di atas, yang berarti bahwa Hipotesis ke-3 yang berbunyi “Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya” dapat dibuktikan kebenarannya.

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis statistik dan pengujian data serta pengujian hipotesis yang diajukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan

- Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya.
3. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya.
  4. Kualitas Produk, Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya

### **Keterbatasan Penelitian**

Kesulitan dalam penyebaran kuesioner di lokasi bank yang kadang tidak diperkenankan oleh pihak bank, sehingga perlu dilakukan penyebaran di tempat lain seperti perkantoran, tempat ibadah (gereja), tempat keramaian (*mall*), *counter* ATM serta tempat lain yang memiliki potensi untuk mendapatkan responden sesuai dengan kriteria penelitian.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan baik oleh peneliti terdahulu maupun peneliti yang dilakukan saat ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan baik untuk perusahaan maupun peneliti berikutnya.

## **1. Bagi Bank**

### **a. Kualitas Produk**

Kondisi : Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada item pernyataan KP8 dengan nilai rata-rata terendah yaitu 3,86 dapat disimpulkan bahwa desain bentuk dan warna pada buku dan kartu ATM tabungan Tahapan BCA masih dinilai kurang memenuhi kriteria. Bahkan pada hasil kesimpulan pernyataan terbuka dari seluruh responden menyatakan bahwa desain buku tabungan Tahapan BCA kuno dan tidak menarik.

Saran : Diharapkan Bank Central Asia dapat meningkatkan dan mengembangkan produk yang dimiliki, contohnya dengan melakukan berbagai kreativitas dan

inovasi terbaru mengenai tabungan Tahapan BCA.

### **b. Kualitas Pelayanan**

Kondisi : Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada item pernyataan KPL18 dengan nilai rata-rata terendah yaitu 4,25 dapat disimpulkan bahwa karyawan Bank BCA dinilai masih belum memberikan perhatian khusus atas saran dan keluhan nasabah secara merata. Walaupun pada hasil kesimpulan pernyataan terbuka dari seluruh responden menyatakan bahwa karyawan Bank BCA sudah memberikan pelayanan yang baik seperti keramahannya, kecepatan dan ketepatan dalam pemberian solusinya, namun tidak menutup kemungkinan masih terdapat nasabah yang merasa belum diberikan perhatian khusus atas saran dan keluhannya.

Saran : Diharapkan Bank Central Asia dapat terus menjaga dan mengembangkan kualitas pelayanan kepada nasabah khususnya dari segi keramahan, kesantunan, kecepatan dan ketepatan dalam pemberian solusi dan penyelesaian masalah serta diharapkan untuk lebih memberikan perhatian khusus bagi nasabah yang memang belum pernah diberikan.

### **c. Promosi**

Kondisi : Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada item pernyataan P22 dengan nilai rata-rata terendah yaitu 3,61 dapat disimpulkan bahwa responden dinilai masih belum mendapatkan potongan harga pada penjualan produk tertentu. Bahkan pada hasil kesimpulan pernyataan terbuka dari seluruh responden menyatakan bahwa potongan harga biasanya terdapat pada pengguna kartu kredit.

Saran : Diharapkan Bank Central Asia dapat mengembangkan ide-ide promosi lain sehingga banyak



nasabah semakin percaya, contohnya dengan memberikan diskon atau undian tidak hanya untuk pengguna yang bertransaksi besar dan pengguna kartu kredit, namun untuk nasabah biasa yang juga setia menggunakan tabungan Tahapan BCA.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memperoleh hasil yang lebih baik dari penelitian sebelumnya, maka diharapkan agar peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain yang belum diteliti selain variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Pelayanan dan Promosi.

Seperti misalnya menggunakan variabel bebas yaitu Harga, *Store Atmosphere* dan Promosi Harga terhadap Keputusan Membuka Rekening.

## DAFTAR RUJUKAN

- Budi Utomo Sugiarto dan Hartono Subagio. 2014. "Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli di Dream of Kahyangan". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol.2. No. 1.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi.
- Huang, H.C., Ya-Ting Chang, Che-Yi Yeh dan Chung-Wei Liao. 2014. "Promote the Price Promotion: The Effects of Price Promotions on Customer Evaluations in Coffee Chain Stores". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol.26. No. 7. pp 1065-1082.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2012. *Principle of Marketing*. Edisi 14. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Robertus Andy Nugroho, Nawazirul Lubis dan Apriatni Endang Prihartini. 2014. "Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Semarang Pattimura". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol.3. No. 4. Hal.10-20.
- Shaharudin, Moh R., Suhardi Wan Mansor, Anita Abu Hassan, Maznah Wan Omar dan Etty Harniza Harun. 2011. "The Relationship between Product Quality and Purchase Intention: The Case of Malaysia's National Motorcycle/Scooter Manufacturer". *Journal of Business Management*. Vol. 5. No. 20 (September). Pp 8163-8176.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Syofian Siregar. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta : Bumi Aksara.
- www.bca.co.id. *BCA: Pertahankan Kualitas Layanan, BCA Raih WOW Service Excellence Award*. Diakses 20 Mei 2015.
- www.topbrand-award.com. *Top Brand Award Result 2013: Banking and Finance*. Diakses 20 Mei 2015.
- \_\_\_\_\_. *Top Brand Award Result 2014: Banking and Finance*. Diakses 20 Mei 2015.

