

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Britama Bank BRI Di Kelurahan Fatukoa Kota Kupang

Darius Lado Miha
Universitas Nusa Cendana

Petrus E. De Rosari
Universitas Nusa Cendana

Novi T. Kiak
Universitas Nusa Cendana

Jl. Adisucipto Penfui, Kupang, Nusa Tenggara Timur
Korespondensi penulis : arytana29@gmail.com

Abstract *The main problem in this research is what factors influence customer decisions in choosing BRI Bank Britama Savings Products in Fatukoa Village. The aim of this research is to see and explain what influences the decisions of Fatukoa Village customers in saving with Britama Savings Products. This type of research uses descriptive qualitative research. The data sources in this research are primary data and secondary data. Where data collection uses interview, observation, and documentation techniques. determining informants using Purposive Sampling, totaling 6 people. The time and place of the research was carried out in the 2023-2024 academic year, on a number of customers who live in Fatukoa Village, Kupang City. The results of this research explain that the factors that influence customers' decisions in choosing Britama Bank BRI savings products are influenced by cultural factors because cultural influences play a key role in customer decisions. The socialization process from the experience of being a customer for eight years, the use of banking products since the beginning of college, and the management of business transactions are the main factors in choosing Britama Savings. Social Factors due to the existence of reference groups, both from friends and family, have a big impact. Suggestions from friends about the benefits of interest rates and easy access to BRI Bank's online services, as well as recommendations from wives who are BRI Bank customers, are taken into consideration in the decision to save on Britama Products. Personal Factors due to Age, life cycle stage, work and economic environment are factors personal influences on product choices. The decision to save in BRI Bank Britama Products is based on long-term goals, investment, financial discipline, and economic considerations as well as income that can be invested, and Psychological Factors because the motivation for opening a Britama Savings account is related to biogenic and psychogenic needs, such as increasing pension funds, long-term investment, increasing financial discipline, and building savings habits. Trust and positive attitudes towards Britama products, supported by the reputation and security of BRI Bank, also play a key role in decision making. Apart from that, information from reference groups, socialization experiences, economic considerations, and trust in banking institutions are key factors that shape customer decision behavior.*

Keywords: *Customer Decision, BritAma Savings, Fatukoa Communit*

Abstrak Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah Faktor-Faktor apa saja yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Britama Bank BRI di Kelurahan Fatukoa. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat dan menjelaskan apa saja yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Kelurahan Fatukoa dalam menabung di Produk Tabungan Britama. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana pengumpulan datanya menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. penentuan informan menggunakan *Purposive Sampling* yang berjumlah 6 orang. Waktu dan tempat pada penelitian di laksanakan pada tahun ajaran 2023-2024, pada sejumlah nasabah yang berdomisili di Kelurahan Fatukoa Kota Kupang. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan Britama Bank BRI dipengaruhi oleh Faktor Budaya karena adanya Pengaruh budaya memainkan peran kunci dalam keputusan nasabah. Proses sosialisasi dari pengalaman menjadi nasabah selama delapan tahun, penggunaan produk perbankan sejak awal kuliah, dan pengelolaan transaksi bisnis menjadi faktor utama dalam memilih Tabungan Britama, Faktor Sosial karena adanya Kelompok referensi, baik dari teman maupun keluarga, memiliki dampak besar. Saran dari teman tentang manfaat suku bunga dan kemudahan akses layanan *online* Bank BRI, serta rekomendasi dari istri yang merupakan nasabah Bank BRI, menjadi pertimbangan dalam keputusan menabung di Produk Britama, Faktor

Pribadi karena Usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, dan lingkungan ekonomi menjadi faktor pribadi yang mempengaruhi pilihan produk. Keputusan untuk menabung di Produk Britama Bank BRI didasarkan pada tujuan jangka panjang, investasi, disiplin keuangan, dan pertimbangan ekonomi serta penghasilan yang dapat diinvestasikan, dan Faktor Psikologis dikarena Motivasi dalam membuka rekening Tabungan Britama berkaitan dengan kebutuhan biogenik dan psikogenik, seperti menambah dana pensiun, investasi jangka panjang, meningkatkan kedisiplinan keuangan, dan membangun kebiasaan menabung. Kepercayaan dan sikap positif terhadap produk Britama, didukung oleh reputasi dan keamanan Bank BRI, juga memainkan peran kunci dalam pengambilan keputusan. Selain itu informasi dari kelompok referensi, pengalaman sosialisasi, pertimbangan ekonomi, dan kepercayaan terhadap institusi perbankan menjadi faktor kunci yang membentuk perilaku keputusan nasabah

Kata kunci : Keputusan Nasabah, Tabungan BritAma, Masyarakat Fatukoa

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi Indonesia saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah untuk lebih maju, agar dapat meningkatkan taraf hidup dan pembangunan dalam sektor ekonomi yang sedang berkembang untuk memajukan ekonomi dimana pemenuhan akan lembaga keuangan mulai bermunculan dimana-mana. Kemunculan industri keuangan bermula dari perbincangan mencari alternatif pemecah masalah mengenai sistem kelembagaan keuangan di Indonesia.

Dalam kapasitasnya sebagai bank sentral, Bank Indonesia mempunyai satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain. Aspek pertama tercermin pada perkembangan laju inflasi, sementara aspek kedua tercermin pada perkembangan nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara lain.

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank, sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Tabungan BritAma adalah salah satu produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank BRI (Bank Rakyat Indonesia). Ini adalah jenis rekening tabungan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan perbankan sehari-hari dan menyediakan berbagai manfaat kepada nasabah. Tabungan ini didesain untuk nasabah individu yang ingin menyimpan uang secara aman dan juga memiliki akses cepat ke uang mereka. Produk Tabungan BritAma merupakan salah satu produk perbankan yang ditawarkan oleh Bank BRI.

Tabungan BritAma menawarkan tingkat keamanan yang tinggi kepada nasabahnya. Uang yang disimpan dalam rekening tabungan ini diasuransikan oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), sehingga nasabah tidak perlu khawatir kehilangan uang mereka. Tabungan Britama memiliki beberapa jenis rekening, seperti BritAma Giro, Britama Rupiah, Britama Dollar, dan lainnya. Ini memberikan fleksibilitas kepada nasabah untuk memilih jenis rekening yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Produk Tabungan BritAma biasanya memberikan suku bunga yang kompetitif. Suku bunga ini dapat berbeda tergantung pada jenis rekening dan saldo yang dipertahankan oleh nasabah. Nasabah dapat mengakses rekening Tabungan BritAma mereka kapan saja melalui layanan perbankan elektronik, seperti ATM, internet banking, dan mobile banking. Ini memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi dan mengelola uang mereka.

Berdasarkan temuan peneliti diketahui jumlah nasabah pemilihan jenis produk simpanan bank yang terbanyak dari tahun 2018-2022 ialah Britama dengan total jumlah nasabah sebesar 664.467 nasabah, kedua jenis produk Britama Bisnis sebesar 551.326 nasabah, ketiga Simpedes sebesar 122.069 nasabah, sedangkan ada beberapa produk perbankan yang tidak dipilih dari tahun 2018-2022 yaitu BritAma rencana dan BritAma Valas.

Suku bunga untuk tabungan Britama bisa berbeda-beda tergantung pada kebijakan dan kondisi pasar yang berlaku. Bank-bank biasanya menawarkan suku bunga berbeda untuk setiap jenis tabungan, termasuk Britama. Tingkat suku bunga ini bisa berfluktuasi seiring dengan kondisi ekonomi, kebijakan bank sentral, dan strategi perbankan dari Bank BRI atau lembaga keuangan lainnya. Berikut ini data mengenai suku bunga britama.

Seorang nasabah BRI bisa mendapatkan bunga tabungan britama apabila memiliki saldo 1 juta sampai dengan 50 juta dimana untuk saldo antara 1 juta sampai 50 juta berhak mendapatkan bunga bank BRI sebesar 0,70%. Bunga ini diharapkan dapat memenuhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan britama.

Sebagian besar masyarakat kelurahan fatukoa menggantungkan hidupnya pada sektor swasta, pegawai negeri sipil dan kebanyakan petani. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti diketahui jumlah penduduk yang bekerja di kelurahan fatukoa adalah 4.173 orang.

Dengan jumlah pekerjaan terbanyak yaitu petani 2.092 orang. Berdasarkan data diatas diharapkan bank BRI dapat menargetkan produk britama kepada nasabah dengan profesi pekerjaan dengan bunga yang rendah dan sesuai.

Bank BRI telah ada sejak lama dan telah membangun reputasi sebagai Bank yang stabil dan terpercaya. Kepercayaan ini dapat menjadi faktor penting dalam memilih produk tabungan britama, selain itu Produk tabungan Britama Bank BRI mungkin menawarkan fitur dan fasilitas yang menarik, seperti suku bunga yang kompetitif, kemudahan akses melalui ATM BRI yang luas, dan layanan perbankan *online* yang mudah digunakan. Sebagai bank yang fokus pada pelayanan kepada rakyat, banyak orang yang merasa bahwa dengan memilih produk dari Bank BRI, mereka turut berkontribusi pada keberlanjutan dan pengembangan ekonomi masyarakat lokal.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin mengetahui bagaimana seorang nasabah dalam mengambil keputusan dalam memilih produk tabungan britama pada Bank BRI. Maka dari itu peneliti memberi judul dalam penelitian ini yaitu “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Britama Bank BRI di Kelurahan Fatukoa Kota Kupang”.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan metode pendekatan survey. Objek kajian dalam penelitian ini adalah Kelurahan Fatukoa dalam kaitannya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan britama bank BRI Kelurahan Fatukoa. Dalam hal ini Peneliti ingin melihat faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat Fatukoa dalam memilih produk tabungan britama. Pendekatan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Maka penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai gejala, peristiwa atau kejadian yang terjadi di masyarakat,terkhususnya masyarakat fatukoa yang memiliki tabungan britama di bank BRI.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis deskriptif. Adapun proses dari analisis data (Miles dan Huberman, 1992), bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu menggabungkan semua data yang diperoleh selama penelitian berlangsung, dimulai dari observasi, wawancara terhadap subjek penelitian, dan kondisi serta situasi selama penelitian berlangsung. Dalam langkah ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperoleh dari lapangan ini berupa data-data hasil dari observasi di lapangan,

maupun berasal dari dokumen-dokumen publikasi umum, serta data-data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap narasumber. Kemudian dilakukan pemilihan data-data yang perlu digunakan dan selanjutnya dikumpulkan dengan data sejenis dan dimodifikasi untuk memudahkan dalam penggunaan datanya.

Data yang diambil atau dikumpulkan hanya data yang sesuai dengan faktor yang mempengaruhi nasabah di kelurahan Fatukoa dalam memilih produk tabungan britAma bank BRI.

b. Penyajian Data

Penyajian data yaitu mendeskripsikan sekumpulan informasi yang sudah tersusun dan kemungkinan adanya pengambilan tindakan serta penarikan kesimpulan dari informasi yang sudah dikumpulkan. Model penyajian data kualitatif adalah dalam bentuk teks naratif, Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, tujuannya dibuat agar bisa menggabungkan informasi yang sudah tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami.

Pada tahap ini peneliti menyusun urutan hasil wawancara dari semua informan yang memberikan informasi tentang faktor yang mempengaruhi nasabah dikelurahan Fatukoa dalam memilih produk tabungan britAma bank BRI. Sehingga data tersusun dalam pola hubungan, terorganisir, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah akhir dari kegiatan penelitian kualitatif. Peneliti mesti mencapai kesimpulan setelah itu melakukan verifikasi, yang dilihat dari segi makna ataupun keabsahan kesimpulan yang disepakati bersama antara peneliti dengan narasumber di lokasi penelitian yang dilaksanakan. Maksud yang dirumuskan peneliti dari data yaitu diuji keabsahan data, kecocokan, dan kekokohan data yang diperoleh. Peneliti harus mampu menangkap bahwa dalam mencari maksud, peneliti harus menggunakan pendekatan emik yaitu dari kacamata informan kunci, serta bukan penafsiran maksud menurut pikiran peneliti. Selanjutnya peneliti mengambil kesimpulan yang didasarkan pada hasil analisa yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi nasabah dikelurahan Fatuko dalam memilih produk tabungan britAma.

HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data tentang perilaku keputusan informan yang dapat mempengaruhi dia sebagai nasabah dalam memilih produk tabungan Britama, serta menghubungkan apa yang menjadi faktor informan menegambil keputusan dalam menabung

dengan memilih produk tabungan Britama di Bank BRI berdasarkan Teori Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Keputusan Nasabah (Kotler & Keller, 2009:214).

Berdasarkan hasil wawancara, Peneliti mendapatkan beberapa pendapat yang menjadi alasan mengapa produk Bank BRI dipilih, beberapa pengguna memilih Produk Tabungan Britama untuk tujuan jangka panjang yaitu menambah dana pensiun. Selain itu peneliti juga melihat bahwa pengguna mendapatkan pengalaman positif dari kualitas dan keamanan selama menjadi nasabah, akses layanan digital yang mudah dan juga peran istri untuk merekomendasikan produk tabungan britama karena punya pengalaman yang sama.

Dalam hasil wawancara dengan seorang mahasiswa, peneliti melihat bahwa konsumen menabung di Britama karena ada manfaat suku bunga yang kompetitif dan mudahnya dalam akses online ke Bank BRI. Selain itu, peneliti melihat bahwa konsumen menabung di produk Britama untuk membangun masa depan dengan investasi jangka panjang dan konsumen juga mengatakan bahwa BRI menandakan kredibilitas dan komitmen terhadap pelayanan yang berkualitas selain itu konsumen juga mengatakan bahwa informasi tabungan Britama didapat dari teman yang mengatakan puas terhadap layanan dalam kecepatan dan kemudahan transaksi.

Dalam hasil wawancara dengan seorang konsumen yang merupakan seorang pengusaha sayur peneliti melihat bahwa konsumen menabung di tabungan Britama Bank BRI untuk mendukung kebutuhan bisnis sayur dan peneliti melihat konsumen memanfaatkan situs perbandingan produk perbankan dan mendapati tabungan Britama sesuai dengan Kebutuhan Keuangan konsumen dan juga transaksi bisnis sebagai seorang penjual sayur, selain itu konsumen mengatakan bahwa Bank BRI mempunyai reputasi yang baik karena stabilitas dan keamanan yang ditawarkan memberikan rasa aman dalam pengelolaan keuangan, selain itu konsumen juga mengatakan tabungan Britama menarik perhatian karena suku bunga yang menguntungkan dan fitur –fitur layanan perbankan digital memudahkan dalam mengelola rekening, Dia juga mengatakan bahwa dia mengetahui Produk Britama dari tetangganya dan juga membaca ulasan online agar mendapatkan perspektif yang lebih luas

Dari berbagai pendapat yang dijelaskan oleh informan diatas dapat disimpulkan bahwa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk tabungan Britama Bank BRI di Kelurahan Fatukoa di pengaruhi oleh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis Utama, Kepercayaan dan Sikap.

PEMBAHASAN

Berikut ini pembahasan mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan nasabah adalah sebagai berikut:

a. Faktor budaya

Kebudayaan, merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

Berdasarkan penjelasan oleh informan hal ini yang mendasari informan memilih produk tabungan Britama di Bank BRI karena adanya proses sosialisasi dari pengalaman menjadi nasabah selama delapan tahun, pengalaman menggunakan produk perbankan sejak awal kuliah, penggunaan produk perbankan sebagai sarana untuk menerima pembayaran gaji dan menyimpan penghasilan, pengelolaan transaksi bisnis dan rencana keuangan jangka panjang.

b. Faktor sosial

1. Kelompok Referensi, terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai hubungan langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

Berdasarkan penjelasan oleh informan hal ini yang mendasari informan memilih menabung di Produk Britama Bank BRI karena saran dari teman tentang manfaat suku bunga dan kemudahan akses layanan online Bank BRI, ditemukannya Tabungan Britama melalui situs web Bank BRI, referensi *online* dalam mencari solusi perbankan yang menguntungkan.

2. Keluarga. Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama adalah keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Yang kedua adalah keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

Berdasarkan penjelasan oleh informan hal ini yang mendasari beberapa informan memilih menabung di produk tabungan Britama Bank BRI karena istri informan yang telah menjadi nasabah Bank BRI memberikan saran yang baik terkait layanan dan keamanan Tabungan Britama.

c. Faktor Pribadi

1. Usia dan tahap siklus hidup. Orang memilih produk berbeda-beda sepanjang hidupnya selera orang pada pakaian, keadaan, ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta nilai dan gaya hidup pengguna.

Berdasarkan Penjelasan oleh informan hal ini yang mendasari informan memilih menabung di Produk Britama Bank BRI karena mempunyai tujuan jangka panjangnya untuk menambah dana pensiun, keputusan membuka rekening tabungan Britama terkait dengan keinginan untuk memulai investasi jangka panjang, membuka rekening Tabungan Britama untuk meningkatkan kedisiplinan keuangan mencapai tabungan bulanan, kebutuhan mendesak sebagai pekerja lepas dan pengelolaan transaksi bisnis sehari-hari.

2. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, pemilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang penghasilan yang dapat di belanjakan.

Berdasarkan Penjelasan oleh informan hal ini yang mendasari informan memilih menabung di produk Britama Bank BRI karena mempertimbangkan keadaan ekonomi dan penghasilan yang dapat diinvestasikan, pertimbangan investasi jangka panjang tergantung pada keadaan ekonomi dan penghasilan yang dapat diinvestasikan, pertimbangan terhadap suku bunga yang kompetitif, fitur inovatif, dan kenyamanan layanan dan suku bunga yang menguntungkan dan fitur layanan perbankan digital.

d. Faktor Psikologis Utama

1. Motivasi, Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan psikologis tertentu, seperti lapar, rasa haus, rasa tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat psikogenik yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan psikologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

Berdasarkan Penjelasan oleh informan hal ini yang mendasari informan memilih menabung di Produk Britama Bank BRI karena untuk menambah dana pensiun, untuk membuka rekening Tabungan Britama terkait dengan tujuan investasi jangka panjang, membuka rekening Tabungan Britama terkait dengan tujuan meningkatkan kedisiplinan keuangan, membangun kebiasaan menabung yang kuat dan membuka rekening yang mendukung transaksi bisnis.

2. Kepercayaan dan Sikap, kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

Berdasarkan Penjelasan oleh informan hal ini yang mendasari informan memilih menabung di Produk Britama Bank BRI karena sikap positif terhadap produk Britama tercermin dalam keputusan responden untuk membuka rekening, Kepercayaan terhadap keamanan dan stabilitas Bank BRI, reputasi Bank BRI memberikan kepercayaan tambahan dalam keputusan membuka rekening.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan terhadap enam orang informan masyarakat kelurahan fatukoa dapat disimpulkan bahwa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Britama Bank BRI yaitu :

- a. Faktor Budaya, alasannya Pengaruh budaya memainkan peran kunci dalam keputusan nasabah. Proses sosialisasi dari pengalaman menjadi nasabah selama delapan tahun, penggunaan produk perbankan sejak awal kuliah, dan pengelolaan transaksi bisnis menjadi faktor utama dalam memilih Tabungan Britama.
- b. Faktor Sosial, alasannya Kelompok referensi, baik dari teman maupun keluarga, memiliki dampak besar. Saran dari teman tentang manfaat suku bunga dan kemudahan akses layanan *online* Bank BRI, serta rekomendasi dari istri yang merupakan nasabah Bank BRI, menjadi pertimbangan dalam keputusan menabung di Produk Britama.
- c. Faktor Pribadi, alasannya Usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, dan lingkungan ekonomi menjadi faktor pribadi yang mempengaruhi pilihan produk. Keputusan untuk menabung di Produk Britama Bank BRI didasarkan pada tujuan jangka panjang, investasi, disiplin keuangan, dan pertimbangan ekonomi serta penghasilan yang dapat diinvestasikan, dan
- d. Faktor Psikologis alasannya Motivasi dalam membuka rekening Tabungan Britama berkaitan dengan kebutuhan biogenic dan psikogenik, seperti menambah dana pensiun, investasi jangka panjang, meningkatkan kedisiplinan keuangan, dan membangun kebiasaan menabung. Kepercayaan dan sikap positif terhadap produk Britama, didukung oleh reputasi dan keamanan Bank BRI, juga memainkan peran kunci dalam pengambilan keputusan. Selain itu informasi dari kelompok referensi, pengalaman sosialisasi, pertimbangan ekonomi, dan kepercayaan terhadap institusi perbankan menjadi faktor kunci yang membentuk perilaku keputusan nasabah.

SARAN

1. Bagi Masyarakat/Nasabah

Perlu adanya pengetahuan literasi keuangan yang baik, sehingga masyarakat mampu mengelola keuangannya untuk kebutuhan pribadi ataupun kebutuhan bisnis investasi jangka

panjang yang menguntungkan pada produk Perbankan Britama Bank BRI dan masyarakat perlu mengetahui adanya akses layanan keuangan lainnya pada Bank BRI.

2. Bagi Pihak Perbankan

Perlu adanya evaluasi efektivitas program sosialisasi dan promosi perbankan yang bertujuan untuk membangun kepercayaan dan sikap positif terhadap produk Britama Bank BRI. Lebih lanjut lagi mengenai strategi pemasaran dan pengembangan produk perbankan lainnya yang lebih tepat sasaran berdasarkan faktor-faktor yang telah diidentifikasi.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi perbedaan dan kesamaan dalam perilaku keputusan nasabah di berbagai lembaga keuangan, baik itu bank konvensional lainnya maupun *fintech*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chan, S. (2003). *Relationship Marketing*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Copulsky, J. R., & Wolf, M. J. (1990). *Relationship Marketing: Positioning for the Future*. *Journal of Business Strategy*, 11(4), 16–20.
- Egon E. Bergel. (1955). *Urban Sociology*. New York: Mcgrawhill
- Garna, Judistira, K (1999) *Metode Penelitian : Pendekatan Kualitatif*. Bandung : Primaco Akademika.
- Ghozali maski (2010. Vol X No.2.). *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2002). *Defining Customer Satisfaction*. *Marketing Science*
- Hendro Yogi Silaban. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berkaitan Dengan Keputusan Nasabah Menggunakan Fasilitas Produk Tabungan Emas Pada Pt.Pegadaian (Persero. Unit Pelayanan Cabang (Upc) Simalingkar 2 Medan*. Repository UHN.
- Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* Vol.16, No. 1 Maret 2019
- Kasim, Azhar. (2003). *Teori Pembuatan Keputusan*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Kotler P. 2012. *Marketing Management*. Millenium Edition North Western University. New Jersey (US): Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. & Keller, K. (2009). *Marketing management*. 13th ed. London: Prentice Hall.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 edition)]. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, & Chin Tiong Tan. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: Andi.
- Kuswana, Dadang. 2011. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1), 43–57.
- McKnight et al. dalam Priansa, 2017, hlm.125-126. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Miles, B. M., Huberman, A. M. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : Pt.Remaja Rodaskarya
- Mowen & minor dalam Priansa, D. J. (2017, hlm 116). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- pasal 3 undang-undang no 10 tahun 1998
- Pasal empat (4) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld. 2014. *Mikro Ekonomi*. Jakarta; Erlangga
- Sangadji, E.M., Sopiah,. . (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset
- Silalahi. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Pt.Refika Aditama
- Solomon, M. R. (2009). *Marketing : Real People, Real Decisions*. Prentice Hall
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif Dan R & D*. Bandung : ALFABETA
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998

Undang-undang RI nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998

Undang-undang RI nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan,
(pasal 1 ayat 2)

Vicky Wijaya (vol. 7 No.2). *Pengaruh Sensory Marketing Terhadap Willingness To Pay A Premium Price Melalui Brand Experience Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Starbucks.*

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm.* McGraw-Hill/Irwin.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2017). *Services Marketing: Integrating customer Focus Across the Firm (7th Editio).* New York: McGraw-Hill Education.