

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pada  
PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Gorontalo  
Unit Kota Timur**

**Eva Yuliana  
NIM : 931 413 204**

Telah di periksa dan disetujui untuk diuji

**PEMBIMBING I**



**Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M  
NIP. 19760201 200501 2004**

**PEMBIMBING II**



**Ramlan Amir Isa, SE, M.M  
NIP. 19750828 200604 1018**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan  
Manajemen**



**Hais Dama, SE, M.Si  
NIP. 197303052002121003**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menabung  
Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Kota Timur

OLEH

EVA YULIANA  
NIM. 931 413 204

Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Hari / Tanggal : Senin / 31 Juli 2017

Waktu : 13.00-15.00

Penguji

1. Prof. Dr. Asna Aneta, M.Si  
Nip. 195912271986032003

1) 

2. Idris Yanto, S.pd., M.M  
Nip. 197810262005011001

2) 

3. Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M  
Nip. 197602012005012004

3) 

4. Ramlan AMir. SE, M.M  
Nip. 197508282006041018

4) 

Gorontalo, Juli 2017

DEKAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO



  
Imran Rosman Hambali S.Pd, SE, MSA  
NIP. 197008 23199903 1 005

## ABSTRAK

Eva Yuliana, NIM 931413204 “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menabung PT Bank Rakyat Indonesia Unit Kota Timur” Jurusan Manajemen, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo 2013.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2016. Adanya kenaikan jumlah nasabah pada tiap tahunnya disebabkan adanya kegiatan pemasaran yang menarik nasabah untuk menabung di Bank BRI unit kota timur. Dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor (yang terdiri dari faktor budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor psikologis, produk, harga, tempat, promosi, tangible, empathy, reabilitas, responsiveness, dan assurance yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit kota timur.

Penelitian dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur. Sampel penelitian sebanyak 40 orang. jumlah variabel yang diteliti adalah 13 variabel. Data yang diolah dengan menggunakan menggunakan analisis faktor untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menabung. Dan hanya 11 variabel yang bisa dianalisis lebih lanjut. Sisanya 2 variabel dikeluarkan karena nilai MSAnyanya Kurang dari 0,5.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi 0,842, promosi 0,803 faktor budaya 0,785, empathy 0,726, harga 0,714, tangible 0,712, responsiveness 0,600, Faktor psikologis 0,826, Produk 0,811, Faktor sosial 0,777, dan Faktor pribadi 0,761 mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur.

**Kata kunci** : Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi, Faktor psikologis, Produk, harga, lokasi, promosi, tangible, empati, reabilitas, dan responsif dan assurance

## ABSTRACT

Eva Yuliana, Student ID 931413204. "Analysis of Factors Influencing Consumer Behavior in Saving at PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit of Kota Timur ". Department of Management, Bachelor Study Program of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo.

This research is motivated by the increasing number of customers from 2015 to 2016. The increase of the number of customers in each year due to the marketing activities can attract customers to save at the bank BRI unit of Kota Timur. It also aims to determine the factors (consisting of cultural factor, social factor, personal factor, psychology factor, product, price, place, promotion, tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance that influence consumer behavior in saving at PT Bank Rakyat Indonesia unit of Kota Timur).

This research is done at PT Bank Rakyat Indonesia unit of Kota Timur with 40 people as the samples. There are 13 variables in this research. The data are processed using factor analysis to determine the factors that influence consumer behavior in saving. Only 11 variables that can be analyzed further and the remaining 2 variables are issued because the MSA value less than 0.5.

Research finding reveal that location is 0,842, promotion is 0,803, cultural factor is 0,785, empathy is 0,726, price is 0,714, tangible is 0,712, responsiveness is 0,600, factor psychology is 0,826, product 0,811, social factor is 0,777, and personality factor is 0,761. Those have significant influence toward consumer behavior in saving at PT Bank Rakyat Indonesia unit of Kota Timur.

**Keywords :** Cultural factor, Social factor, Personality factor, Psychology factor, Product, Price, Place, Promotion, Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, and assurance

