

ABSTRAK

Olarisa, Ayu. 2020. Skripsi. **Pengaruh Citra Bank dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kota Probolinggo dengan tujuan: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh citra bank dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kota Probolinggo. 2) Untuk mengetahui adanya pengaruh citra bank dan kepercayaan secara parsial terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kota Probolinggo. 3) Untuk mengetahui variabel di antara citra bank dan kepercayaan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah TabunganKu yang di ambil selama bulan Desember tahun 2019 yaitu sebanyak 318 nasabah. Untuk sampel penelitian ini sejumlah 76 nasabah. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *Sampling Insidental*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji kuesioner yang terdiri dari Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Hipotesis yang terdiri dari Analisis regresi berganda, Uji F dan Uji t.

Hasil penelitian Uji Validitas menunjukkan seluruh item pernyataan valid yaitu diatas 0,225 dan hasil penelitian Uji Reliabilitas menunjukkan hasil yang reliabel yaitu diatas 0,07. Uji F menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($77,787 > 3,12$) maka H_0 ditolak. Artinya variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Uji t menunjukkan bahwa variabel Citra Bank (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y) yaitu dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,722 > 1,993$) (sig. $0,008 < 0,05$). Begitu juga variabel Kepercayaan (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,398 > 1,993$) (sig. $0,000 < 0,05$) Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Khasanah; dkk (2017) dan Mutiarawati (2017)

Kata Kunci: Citra Bank, Kepercayaan, Keputusan Nasabah

ABSTRACT

Olarisa, Ayu. 2020. Thesis. The Influence of Bank's Image and Trust on Customers' Decision to Save at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. City of Probolinggo. Management Study Program, Faculty of Economics, University of Panca Marga Probolinggo.

The study was conducted at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. The City of Probolinggo with the aim of: 1) To find out the influence of the bank's image and trust simultaneously on the customer's decision to save at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. City of Probolinggo. 2) To find out the influence of bank image and partial trust on the customer's decision to save at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. City of Probolinggo. 3) To find out the variables between the bank's image and trust that have a dominant influence on the customer's decision to save at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. City of Probolinggo.

The type of research used is quantitative, the population in this study is the Savings Customer taken in December 2019 that is as many as 318 customers. For this study sample a number of 76 customers. Data collection methods using a questionnaire and the sampling technique used in this study is the incidental sampling technique. The analytical tool used in this study is the questionnaire test consisting of validity test, reliability test, and hypothesis test consisting of multiple regression analysis, F test and t test.

The results of the Validity Test research show all items are valid statements that are above 0.225 and the results of the Reliability Test show reliable results that are above 0.07. The F test shows that the independent variable simultaneously influences the Customer Decision (Y) with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($77.787 > 3.12$) then H_0 is rejected. This means that the independent variable simultaneously influences the Customer Decision (Y).

The t test shows that the variable Bank Image (X1) partially influences the Customer Decision (Y) with $t_{count} > t_{table}$ ($2.722 > 1.993$) (sig. $0.008 < 0.05$). Likewise the Trust variable (X2) partially influences the Nasbah Decision (Y) with $t_{count} > t_{table}$ ($4.398 > 1.993$) (sig. $0,000 < 0.05$) This study supports the results of research conducted by Khasanah; et al (2017) and Mutiarawati (2017)

Keywords: *Bank Image, Trust, Customer Decision*