

**PENGARUH PROMOSI, TINGKAT SUKU BUNGA,
DAN INOVASI PRODUK DEPOSITO TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH**
(Studi Pada Nasabah Deposito PT. BPR Arto Moro Semarang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

PUTRI MELIN ROSALINA
NPM. 211003612012433

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG
2025**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Syukuri apa yang kamu miliki, bukan apa yang tidak kamu miliki”

“Setiap langkah yang diambil adalah bagian dari cerita suksesmu”

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- 1. Kedua Orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis, serta menjadi penyemangat bagi penulis, semoga ini dapat menjadi kebanggaan buat kalian.*
- 2. Seluruh keluarga besar, terima kasih atas segala dukungan yang diberikan baik materiil maupun non materiil.*
- 3. Seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNTAG Semarang, terima kasih atas kenangan dan kebersamaannya selama ini.*
- 4. Almamater UNTAG Semarang.*
- 5. Seluruh pihak yang telah membantu.*

Judul : Pengaruh Promosi, Tingkat Suku Bunga, dan Inovasi Produk Deposito terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Pada Nasabah Deposito PT. BPR Arto Moro Semarang)
Title : *The Influence of Promotions, Interest Rates, and Deposit Product Innovation on the Decision to Become a Customer (A Study on Deposit Customers of PT. BPR Arto Moro Semarang)*
Nama : Putri Melin Rosalina
NPM : 211003612012433

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, suku bunga, dan inovasi produk terhadap keputusan menjadi nasabah dalam mendepositokan uangnya di lembaga keuangan. Populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah deposito pada PT. BPR Arto Moro Semarang dengan jumlah 637 nasabah, ukuran jumlah sampel yang digunakan sebesar 86 responden, dengan teknik pengambilan sampel melalui *simple random sampling*. Sumber data yang digunakan adalah data primer, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis yang diperoleh menunjukkan jika promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,653, artinya bahwa promosi, suku bunga, dan inovasi produk dapat menjelaskan variasi variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 65,3 persen, sehingga masih perlu ditindaklanjuti dengan penelitian berikutnya terutama terkait aspek transformasi digital pegawai.

Kata Kunci : Promosi, Suku Bunga, Inovasi Produk, dan Keputusan Menjadi Nasabah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“PENGARUH PROMOSI, TINGKAT SUKU BUNGA, DAN INOVASI PRODUK DEPOSITO TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH (Studi Pada Nasabah Deposito PT. BPR Arto Moro Semarang)”**.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas atas bantuan berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Yth:

1. Prof. Dr. Drs. Suparno, M.Si, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
2. Dra. Nurchayati, SE.MM.Akt.CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
3. Drs. Galuh Yuniarto, SE,MM, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
4. Drs. Camilus Isidorus Iktu, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Supardjo, MP dan Dr. Aris Mardiyono, selaku Dosen Pengujii yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengasuh serta memberikan bekal ilmu, selama penulis kuliah pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
7. Kedua orang tua tercinta, yang telah memberikan doa, dorongan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Pimpinan dan staff PT. BPR Arto Moro Semarang, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan tersebut diatas. Akhirnya semoga skripsi ini ada manfaatnya.

Semarang, 2025

Penulis

PUTRI MELIN ROSALINA
NPM. 211003612012433

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1. Latar Belakang Penelitian	I-1
1.2. Rumusan Masalah	I-8
1.3. Pertanyaan Penelitian	I-8
1.4. Tujuan Penelitian	I-8
1.5. Manfaat Penelitian	I-9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
2.1. Telaah Teori	II-1
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen	II-1
2.1.2. Promosi	II-2
2.1.3. Suku Bunga	II-5
2.1.4. Inovasi Produk	II-7
2.1.5. Keputusan Nasabah	II-10
2.2. Penelitian Terdahulu	II-14
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis	II-17
2.3.1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah	II-17
2.3.2. Pengaruh Suku Bunga terhadap Keputusan Nasabah	II-18
2.3.3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Nasabah	II-19

BAB III METODE PENELITIAN	III-1
3.1. Populasi dan Sampel	III-1
3.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	III-2
3.3. Metode Pengumpulan Data	III-4
3.4. Uji Instrumen Penelitian	III-4
3.4.1. Uji Validitas	III-4
3.4.2. Uji Reliabilitas	III-6
3.5. Deskripsi dan Analisis Hasil Penelitian	III-6
3.5.1. Analisis Deskriptif	III-6
3.5.2. Analisis Inferensial	III-7
3.5.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda	III-7
3.5.2.2. Uji Normalitas	III-7
3.5.2.3. Uji Asumsi Klasik	III-8
3.5.2.4. Uji Goodness Of Fit	III-8
3.5.2.5. Uji Hipotesis	III-9
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	IV-1
4.1. Analisis Deskriptif	IV-1
4.1.1. Analisis Deskriptif Responden	IV-1
4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel	IV-3
4.1.2.1. Variabel Promosi	IV-4
4.1.2.2. Variabel Suku Bunga	IV-6
4.1.2.3. Variabel Inovasi Produk	IV-8
4.1.2.4. Variabel Keputusan menjadi Nasabah	IV-10
4.2. Analisis Inferensial	IV-12
4.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda	IV-13
4.2.2. Uji Normalitas	IV-14
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	IV-14
4.2.3.1. Uji Multikolinearitas	IV-15
4.2.3.2. Uji Heteroskedastisitas	IV-15
4.2.4. Uji Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	IV-16
4.2.4.1. Koefisien Determinasi	IV-16

4.2.4.2. Uji Statistik F	IV-17
4.2.5. Uji Hipotesis	IV-18
4.3. Pembahasan	IV-19
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	V-1
5.1. Simpulan	V-1
5.2. Saran	V-2
DAFTAR PUSTAKA	1
DAFTAR LAMPIRAN	4