

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENABUNG BRI SIMPEDES DI BRI UNIT CIPAYUNG**Eka Septianan L dan Titus Indrajaya**

Program Studi Manajemen

Universitas Respati Indonesia

Jl. Bambu Apus 1 No.3 Cipayung Jakarta Timur 13890

www.urindo.ac.id

ABSTRAK

Kemajuan teknologi saat ini, membuat persaingan bisnis semakin ketat. Oleh karena itu setiap perusahaan berlomba-lomba melakukan inovasi terhadap produk yang dimiliki agar membangun produk terbaik bagi konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen untuk menabung di produk tabungan BRI Simpedes pada BRI unit Cipayung. Metode penelitian kuantitatif, desain crosssectional, sampel penelitian berjumlah 98 responden, dengan teknik *accidental sampling*, menggunakan data primer, data sekunder, analisis uji validitas dengan rumus *Pearson product moment*, uji reliabilitas rumus Spearman Brown, uji korelasi, koefisien determinasi. Hasil penelitian untuk uji validitas adalah $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($0,463 > 0,199$), dan uji reliabilitas $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($0,606 > 0,199$), dan untuk hasil uji korelasi diperoleh: 0,485, bernilai sedang, artinya ada hubungan antara motivasi terhadap keputusan konsumen. Hasil koefisien determinasi (K_d) = 23,5%, artinya pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen adalah 23,5%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesa diperoleh $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,777 > 1,96$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ada pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen. Kesimpulan ada pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen menabung di BRI Cipayung sebesar 23,5%. Saran BRI unit Cipayung dapat mempertahankan nasabah dan meningkatkan pelayanan melalui jaringan online yang baik agar tidak sering terjadi off line, serta mempermudah pelayanan kepada nasabah.

Kata kunci: motivasi, keputusan konsumen**ANALYSIS OF EFFECT OF MOTIVATION TO COSTUMER DECISION TO SAVING IN BRI SIMPEDES AT BRI CIPAYUNG**

Eka Septianan L and Titus Indrajaya

Universitas Respati Indonesia

Jl. Bambu Apus 1 No.3 Cipayung Jakarta Timur 13890

ABSTRACT

Advancement in bank technology today was making business competition increasingly tight. Therefore every company is competing to make product innovation in order to develop best product for consumer. The purpose of this study to determined and analyzed the influence of motivation on consumer decisions to save their money in BRI Simpedes at BRI Cipayung. Research quantitative, crosssectional design, sampling 98 respondents used accidental sample technique. This research used primary data, secondary data, validity test with Pearson product moment formula, reliability test Spearman Brown formula, correlation test, coefficient of determination, and hypothesis test. The result of the research for the validity test is $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($0,463 > 0,199$), and reliability test $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($0,606 > 0,199$), and for correlation test result obtained: 0,485, medium value, meaning there was relation between motivation to decision consumer. Result of coefficient of determination 23,5%, meaning influence of motivation to consumer decision was 23,5%, and the rest influenced by other variable not examined in this research. Hypothesis test results obtained $t \text{ arithmetic} > t \text{ table}$ ($4.777 > 1.96$), meaning H_0 was rejected and H_a accepted that there is influence of motivation to costumer decisions. Conclusion there was influence between motivation to costumer to save money in BRI Cipayung. BRI can retain customers and improve services through good online network to avoid frequent off line, as well as facilitate service to customers.

Keywords: motivation, costumer decision

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju dan persaingan dalam perbaikan ekonomi pun semakin ketat, memerlukan kerja sama dan dukungan dari seluruh divisi perusahaan agar tetap dapat bertahan dan fokus dalam menangani setiap bidang keahliannya. Perbankan adalah salah satu bidang usaha yang erat hubungannya dengan transaksi menggunakan kartu debit, kartu kredit, kredit motor, kredit mobil, cicilan KPR dan sebagainya. Karena Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk lainnya.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah terbesar di Indonesia, dan Simpedes adalah salah satu produk unggulan BRI, dengan setoran pertama hanya Rp. 100.000,- dan biaya administrasi yang rendah menjadikan luasnya segmentasi pasar yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang termotivasi untuk memutuskan menabung di tabungan Simpedes BRI. Dari adanya motivasi

ini, maka dibuat penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Konsumen untuk Menabung di BRI` Simpedes”.

2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen untuk menabung di BRI Simpedes.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, menggunakan teknik *accidental sampling*, data primer, data sekunder, uji validitas (rumus *Pearson Product Moment*), uji reliabilitas (rumus Spearman Brown), uji korelasi, koefisien determinasi (Kd), uji hipotesis, dan sampel menggunakan rumus Taro Yamane (Slovin) (Kuswanto, 2012) yang berjumlah 98 responden dan alat bantu berupa kuesioner.

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat: BRI unit Cipayung, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur

Waktu : April – Agustus 2016

4. HASIL dan PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Tabel 1. Hasil Analisis Univariat Karakteristik Responden

No	Variabel	Kategori	frekuensi	persentase
1	Usia	-20-29	22	22
		-30-39	38	39
		-40-49	20	20
		-50-59	12	12
		- > 60	6	6
		Jumlah	98	100%
2	Jenis kelamin	-laki-laki	37	38
		-perempuan	61	62
		Jumlah	98	100%
3	pekerjaan	-wiraswasta	29	30
		-ibu rumah tangga	24	24
		-karyawan swasta	27	28
		-lain-lain	18	18
		Jumlah	98	100%
4	Nasabah bank lain	-BCA	23	23
		-BNI	11	11
		-BRI	38	39
		-Mandiri	17	17
		-Bank lainnya	9	9
		Jumlah	98	100%

Berikut ini adalah tabel rekapitulasi variabel X (Motivasi) dan variabel Y (Keputusan Konsumen).

Tabel 2. Data Rekapitulasi variabel X (Motivasi)

Resp.											Skor total
1 s/d 98	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Total	433	366	412	442	373	269	387	351	220	367	3620

Tabel 3. Data Rekapitulasi variabel Y (Keputusan Konsumen)

Resp.									Skor total
1 s/d 98	1	2	3	4	5	6	7	8	
Total	348	262	387	387	381	390	322	370	2847

4.2. uji validitas

Pada perhitungan ini ditetapkan taraf signifikansi 5% (0,05) (Sugiyono, 2012), dan df= 98-2, maka besar r tabel 0,199

Tabel 4. Uji Validitas Variabel X (Motivasi)

Resp. (n)	X	Y	X ²	Y ²	XY
Total					
1 s/d 98	433	3620	1993	135538	16171

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{98 \times (16171) - (433) \times (3620)}{\sqrt{\{98 \times (1993) - (433)^2\}} \times \sqrt{\{98 \times (135538) - (3620)^2\}}}$$

$$r_{xy} = 0,463$$

Tabel 5. Hasil uji validitas variabel X (Motivasi)

Indikator jawaban	r hitung	r tabel	kriteria
1	0.463	0.199	Valid
2	0.637	0.199	Valid
3	0.569	0.199	Valid
4	0.464	0.199	Valid
5	0.517	0.199	Valid
6	0.410	0.199	Valid
7	0.337	0.199	Valid
8	0.440	0.199	Valid
9	0.413	0.199	Valid
10	0.611	0.199	Valid

Hasil olah data tahun 2016

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Konsumen)

Resp. (n)	X	Y	X ²	Y ²	XY
Total					
1 s/d 98	348	2847	1332	84005	10262

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{98 \times (10262) - (348) \times (2847)}{\sqrt{\{98 \times (1332) - (348)^2\} \times \{98 \times (84005) - (2847)^2\}}}$$

$$r_{xy} = 0,431$$

Tabel 5. Hasil uji validitas variabel Y (Keputusan Konsumen)

Indikator jawaban	r hitung	r tabel	kriteria
1	0.431	0.199	Valid
2	0.325	0.199	Valid
3	0.608	0.199	Valid
4	0.635	0.199	Valid
5	0.585	0.199	Valid
6	0.590	0.199	Valid
7	0.529	0.199	Valid
8	0.644	0.199	Valid

Sumber: Hasil olah data tahun 2016

4.3. Uji Reliabilitas

Pada perhitungan ini ditetapkan taraf signifikansi 5% (0,05) dan df= 98-2, maka besar r tabel 0,199

Tabel 6. Data Rekapitulasi hasil variabel X (Motivasi) belahan Ke 1

Resp. (n)	Skor untuk pernyataan nomor :					Skor total
	1	2	3	4	5	
Total						
1 s/d 98	433	366	412	442	373	2026

Sumber: hasil olah data tabel 2

Tabel 7. Data Rekapitulasi hasil variabel X (Motivasi) belahan Ke 2

Resp. (n)	Skor untuk pernyataan nomor :					Skor total
	1	2	3	4	5	
Total						
1 s/d 98	269	387	351	220	367	1594

Sumber: hasil olah data tabel 2

Tabel 8. Data rekapitulasi Uji Validitas Variabel X (Motivasi)

Resp. (n)	X	Y	X ²	Y ²	XY
1 s/d 98					
Total					
1 s/d 98	2026	1594	42616	26468	33227

Sumber : hasil olah data tabel 6 dan 7

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{98 \times (33227) - (2026) \times (1594)}{\sqrt{\{98 \times (42616) - (2026)^2\}} \times \sqrt{\{98 \times (26468) - (1594)^2\}}}$$

$$r_{xy} = 0,606$$

Berikut uji reliabilitas untuk variabel X , pada tabel 9. Dibawah ini:

Tabel 9. Hasil uji Reliabilitas variabel X (Motivasi)

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	0.576
		N of items	5 ^a
	Part 2	Value	0.409
		N of items	5 ^b
Total N of items			10
Correlation between forms			0.435
Spearman-Brown coefficient	Equal length		0.606
	Unequal length		0.606
Guttman split-half coefficient			0.601

a. the items are: butir 1, butir 2, butir 3, butir 4, butir 5.

b. the items are: butir 6, butir 7, butir 8, butir 9, butir 10.

Nilai koefisien Spearman Brown equal length dan unequal length bernilai 0.606 > 0.60, artinya kuesioner sudah reliabel.

Tabel 10. Data Rekapitulasi hasil variabel Y (Keputusan konsumen) belahan Ke 1

Resp. (n)	Skor untuk pernyataan nomor:				Skor total
	1	2	3	4	
Total					
1 s/d 98	348	262	387	387	1384

Sumber: hasil olah data tabel 3

Tabel 11. Data Rekapitulasi hasil variabel Y (Keputusan konsumen) belahan Ke 2

Resp. (n)	Skor untuk pernyataan nomor:				Skor total
	1	2	3	4	
Total					
1 s/d 98	381	390	322	370	1463

Sumber: hasil olah data tabel 3

Tabel 12. Data rekapitulasi Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Resp. (n)	X	Y	X ²	Y ²	XY
Total					
1 s/d 98	1384	1463	19984	22305	20858

Sumber : hasil olah data tabel 10 dan 11

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{98 \times (20858) - (1384) \times (1463)}{\sqrt{\{98 \times (19984) - (1384)^2\} \times \{98 \times (22305) - (1463)^2\}}}$$

$$r_{xy} = 0,436$$

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

$$r_i = \frac{2 \cdot (0,436)}{1 + 0,436}$$

$$= 0,607$$

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk variabel Y, dan hasilnya adalah :

Tabel 13. Hasil uji Reliabilitas variabel Y (Keputusan Konsumen)

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	0.302
		N of items	4 ^a
	Part 2	Value	0.613
		N of items	4 ^b
Total N of items			8
Correlation between forms			0.436
Spearman-Brown coefficient	Equal length		0.607
	Unequal length		0.607
Guttman split-half coefficient			0.607

a. the items are: butir 1, butir 2, butir 3, butir 4.

b. the items are: butir 5, butir 6, butir 7, butir 8.

Nilai koefisien spearman brownequal length dan unequal length bernilai 0.607 ≥ 0,60, artinya kuesioner sudah reliabel . Setelah uji validitas dan reliabilitas, selanjutnya dilakukan

uji korelasi variabel X dan variabel Y, dengan korelasi *Product Moment Pearson* , berikut tabelnya:

Tabel 14. Perhitungan skor variabel X (Motivasi) dan variabel Y (Keputusan Konsumen) untuk Korelasi Product Moment

Resp.	Skor total		XY	X ²	Y ²
1 s/d	Variabel	Variabel			
98	X	Y			
Total	3620	2847	105909	135538	84005

Selanjutnya dari tabel 14, hasil uji dengan uji korelasi *Product Moment*, diperoleh nilai sebesar:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{98 \times (105909) - (3620) \times (2847)}{\sqrt{\{98 \times (135538) - (3620)^2\}} \times \sqrt{\{98 \times (84005) - (2847)^2\}}}$$

$r_{xy} = 0,485$ (nilai uji korelasi dengan *Product Moment*)

4.4. Uji Koefisien determinasi

Tabel 15. Hasil uji Korelasi *Product Moment*

		Correlations	
		Motivasi	Keputusan konsumen
Motivasi	Pearson correlation	1	.485**
	Sig.(2- tailed)		0.000
	n	98	98
Keputusan konsumen	Pearson correlation	.485**	1
	Sig.(2- tailed)	0.000	
	n	98	98

**correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil perhitungan pada tabel 15. diatas dengan *Pearson correlation* didapat korelasi antara motivasi dan keputusan konsumen adalah sebesar 0.485, artinya ada hubungan positif antara motivasi dengan keputusan konsumen, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (Motivasi) terhadap variabel Y (Keputusan konsumen), digunakan koefisien determinasi dengan rumus : $Kd = r^2 \times 100\%$, => $Kd = (0.485)^2 \times 100\% = 23,5\%$, artinya motivasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen adalah sebesar 23,5%, dan sisanya sebesar 76,5% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.5. Uji Hipotesis

a. Kriteria Uji hipotesis adalah:

-Ho : tidak ada pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen untuk menabung di BRI Simpedes

-Ha : ada pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen untuk menabung di BRI Simpedes

-bila $Z_{hitung} < Z_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak (artinya tidak ada hubungan/pengaruh X dan Y)

-bila $Z_{hitung} > Z_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima (artinya ada hubungan/pengaruh X dan Y)

b. taraf nyata

menentukan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0,05), db = 98-2 = 96, nilai Z tabel dengan $\alpha = 0,05 : 2 = Z_{0,025} = 1,96$

c. kriteria pengujian adalah :

Ho : diterima apabila $Z_{hitung} < 1,96$ atau (Ho diterima dan Ha ditolak)

Ha : diterima apabila $Z_{hitung} > 1,96$ atau (Ho ditolak dan Ha diterima)

d. nilai uji statistik hasil Z hitung adalah :

$Z_{hitung} = r_s \sqrt{n-1}$

$Z_{hitung} = 0,485 \sqrt{98-1} = 0,485 \sqrt{97}$

$Z_{hitung} = 0,485 \sqrt{9,49} = 4,777$

Karena nilai $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ ($4,777 > 1,96$), maka Ho ditolak dan Ha diterima, jadi hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen untuk menabung di BRI Simpedes adalah Terbukti.

4.6. Pembahasan dengan penelitian Lain

Sebagai pembandingan dengan penelitian lainnya, kami menggunakan contoh penelitian dari Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih, 2017. Penelitian ini diambil karena memiliki variabel bebas dan terikat yang sama yakni variabel bebas (motivasi) dan variabel terikat (keputusan menabung). Namun penelitian ini juga meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung.

Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih, 2017 meneliti mengenai pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank sinarmas syariah padang. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan ada pengaruh signifikan motivasi ($r=0,460$) dan kualitas pelayanan ($r=0,374$) terhadap keputusan menabung ($r^2=0,492$) di bank sinarmas syariah padang dengan besaran sampel 82 orang.

Analisis data yang digunakan adalah analisis persamaan regresi linier berganda, uji t, uji F dan analisis koefisien determinasi. Sedangkan dalam penelitian kami meneliti pengaruh motivasi terhadap keputusan menabung di BRI unit cipayung dengan hasil terdapat pengaruh antara motivasi dan keputusan konsumen menabung di BRI Simpedes unit Cipayung dari hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan nilai $r = 0,485$ (bernilai sedang) dan dari perhitungan koefisien determinasi antara motivasi terhadap keputusan konsumen dengan nilai adalah sebesar 23,5% dengan besaran sampel 98 orang.

Dari perbandingan diatas dapat dilihat perbedaan antara kedua penelitian di atas, dimana penelitian Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih, 2017 memiliki besaran sampel 82 orang berbeda dimana penelitian kami menggunakan 98 orang.

5. KESIMPULAN dan SARAN

5.1. Kesimpulan

Ada pengaruh antara motivasi dan keputusan konsumen menabung di BRI Simpedes unit Cipayung dari hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan nilai $r = 0,485$ (bernilai sedang) dan dari perhitungan koefisien determinasi antara motivasi terhadap keputusan konsumen dengan nilai adalah sebesar 23,5%, dimana sisanya sebesar 76,5% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, serta dari uji hipotesa dimana nilai Z hitung $>$ Z tabel ($4,777 > 1,96$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, membuktikan hipotesis yang menyatakan ada hubungan/pengaruh antara motivasi terhadap keputusan konsumen untuk menabung di BRI Simpedes adalah Terbukti.

5.2. Saran

Sebaiknya BRI Simpedes meningkatkan pelayanannya pada bagian Teller dan sistem on line yang terjaga untuk meminimalisir kondisi antrian panjang, off line yang mengecewakan nasabah, dan agar nasabah tidak membiarkan rekeningnya bersaldo minus.

Daftar Pustaka

- Arikunto Suharsimi, 2010. Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktik, Jakarta, Rineka Cipta: edisi revisi VI.
- Kuswanto Dedy, 2012, Statistik untuk pemula dan orang awam, Jakarta, Laskar Aksara
- Mayasari, Hesti, Nurlina, dan Elly Wardiningsih. 2017. *Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang*. Padang:Universitas Tamansiswa Padang.
- Sugiyono, 2012, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, cetakan ke 17, Bandung, CV. Alfabeta