

**PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH
PADA PT.BPR LOGO KARO ASRI
BERASTAGI**

**Oleh:
Jojo Suryani Rosmawati
NPM. 2002020005**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di PT. BPR Logo Karo Asri Berastagi. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui Pengaruh Tingkat Suku Bunga terhadap Minat Menabung Nasabah, 2) mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah dan 3) mengetahui Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah di PT. BPR Logo Karo Asri Berastagi.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah penyimpan di PT. BPR Logo Karo Asri Berastagi sebanyak 1114 nasabah sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 92 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuisioner sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji prasyarat (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji linearitas) dan uji statistik (uji t, uji F dan koefisien determinasi).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* secara keseluruhan distribusi data bersifat normal. Untuk uji multikolinieritas diperoleh nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 sehingga model regresi tidak ada masalah multikolinearitas. Dari analisis regresi diperoleh hasil: 1) Tingkat Suku Bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,358 dan t-hitung sebesar 3,985; 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah dengan nilai korelasi 0,416 dan t-hitung 4,624; 3) Secara keseluruhan Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di PT. BPR Logo Karo Asri Berastagi dengan F-hitung sebesar 35,680 dan R square sebesar 0,433 yang artinya variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 43,3 % sedangkan sisanya sebesar 56,7 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

Kata Kunci : Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan dan Minat Menabung Nasabah.

**THE INFLUENCE OF INTEREST RATE AND QUALITY
OF SERVICE ON CUSTOMER SAVING INTEREST
AT BPR LOGO KARO ASRI
BERASTAGI**

By:
Jojo Suryani Rosmawati
NPM. 2002020005

ABSTRACT

This research was conducted at PT. BPR Logo Karo Asri Berastagi. This study aims to: 1) determine the effect of interest rates on customer saving interest, 2) determine the effect of service quality on customer saving interest and 3) determine the effect of interest rates and service quality on customer saving interest at PT. BPR Logo Karo Asri Berastagi.

The population in this study were depositors at PT. BPR Logo Karo Asri Berastagi, as many as 1114 customers, while the sample used was 92 respondents with the sampling technique using the random method. Data collection techniques used were questionnaires, while data analysis techniques used multiple linear regression analysis, prerequisite tests (normality test, multicollinearity test, linearity test) and statistical tests (t test, F test and coefficient of determination).

The results of this study indicate that the normality test with the Kolmogorov-Smirnov Test as a whole the data distribution is normal. For the multicollinearity test, the tolerance value is more than 0.1 and the VIF is less than 10 so that the regression model does not have a multicollinearity problem. From the regression analysis, the results obtained: 1) Interest Rate has a positive and significant effect on Customer Saving Interest with a correlation value of 0.358 and t-count of 3.985; 2) Service Quality has a positive and significant effect on Customer Saving Interest with a correlation value of 0.416 and t-count of 4.624; 3) Overall Interest Rates and Service Quality have a positive and significant effect on Customer Saving Interest at PT. BPR Logo Karo Asri Berastagi with an F-count of 35.680 and an R square of 0.433, which means that the dependent variable can be explained by the independent variable of 43.3% while the remaining 56.7% is explained by other variables outside the regression model.

Keywords: *Interest Rate, Quality of Service and Customer Saving Interest.*