



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
PADA TABUNGAN SIMPEDES BRI**



**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
PADA TABUNGAN SIMPEDES BRI**



Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dari Politeknik Negeri Jakarta

Disusun oleh:

Jasmine Allykha Salsabila/2104421058

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jasmine Allykha Salsabila

NIM : 2104421058

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas Akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 15 Juli 2025



Jasmine Allykha Salsabila

NIM. 2104421058



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Jasmine Allykha Salsabila

NIM : 2104421058

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi *Social Media* dan Harga Terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si. ()

Pembimbing : Heri Abrianto, S.E., M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 15 Juli 2025



Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.
NIP. 197009131999031002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Jasmine Allykha Salsabila
NIM : 2104421058
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Keuangan dan Perbankan Terapan
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi *Social Media* dan Harga Terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI

Disetujui oleh
Pembimbing

Heri Abrianto, S.E., M.M
NIP. 196510051997021001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Diketahui Oleh

Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan

Heri Abrianto, S.E., M.M
NIP. 196510051997021001



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan dengan judul “Pengaruh Promosi *Social Media* dan Harga Terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta (PNJ).

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan sekaligus dosen pembimbing, yang telah menyempatkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan serta saran selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang telah membagikan ilmu dan pengetahuan berharga selama penulis menjalani perkuliahan.
5. Pihak Bank BRI atas izin dan kesempatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat melakukan penelitian serta memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Orang tua tercinta, yaitu Eva Mutia Farida, Indrawan, dan Ramlan terima kasih atas kasih sayang, doa, semangat, motivasi, serta dukungan penuh yang telah diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Keluarga besar Sugiono yang selalu memberikan dukungan dan doa agar penulis dapat meraih keberhasilan dan kesuksesan hingga sampai pada tahap ini.
8. Sahabat terdekat penulis, Munasya Intan Lestari dan Raihana Hafidzah Jumartin yang saling mendukung satu sama lain.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Sahabat di kampus perjuangan, Nabila Hafshah, Nani Dwi Cahyani, dan Rayya Rahma Syurawati, Neng Putri Pebriani yang selalu ada untuk memberikan hiburan, doa, dorongan semangat, serta saling membantu.
10. Seluruh teman-teman BKT B Angkatan 2021, yang telah berusaha bersama, memberikan dukungan informasi dan motivasi dalam proses penyelesaian penulisan skripsi.
11. Seluruh pihak yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi seluruh pihak yang berkepentingan. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran agar dalam skripsi ini di masa yang akan datang menjadi lebih baik lagi.

Depok, 15 Juli 2025

Mahasiswa

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Jasmine Allykha Salsabila
NIM. 2104421058



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jasmine Allykha Salsabila
NIM : 2104421058
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Promosi *Social Media* dan Harga Terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI”

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 15 Juli 2025

Yang menyatakan

Jasmine Allykha Salsabila



Jasmine Allykha Salsabila
Keuangan dan Perbankan Terapan

“Pengaruh Promosi *Social Media* dan Harga Terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI”

ABSTRAK

Dalam era digital saat ini, *social media* menjadi salah satu media promosi yang efektif dalam menarik minat nasabah untuk menabung. Selain itu, faktor harga juga dianggap penting dalam memengaruhi keputusan untuk menabung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi melalui *social media* dan harga terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap 100 nasabah tabungan Simpedes BRI. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 26.0 sebagai alat pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan promosi *social media* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas promosi di *social media* dan penetapan harga yang kompetitif dapat meningkatkan keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI.

Kata Kunci: Promosi *Social Media*, Harga, Keputusan Menabung, Tabungan Simpedes BRI.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



"The Effect of Social Media Promotion and Price on the Decision to Save in BRI Simpedes Savings Account"

ABSTRACT

In today's digital era, social media has become an effective promotional media to attract customers to save. In addition, the price factor is also considered important in influencing the decision to save. This study aims to analyze the influence of social media promotion and price on saving decision on BRI's Simpedes savings. The research method used is quantitative, with purposive sampling applied to 100 Simpedes savings customers. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26.0 as the data processing tool. The results show that both partially and simultaneously, social media promotion and price have a positive and significant effect on customers saving decisions. These findings indicate that improving the quality of social media promotion and setting competitive prices can increase the decision to save in BRI's Simpedes savings.

Keywords: *Social Media Promotion, Price, Saving Decision, Simpedes Savings, BRI.*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. <i>Consumer Decision Making</i>	12
2.1.2. <i>Marketing Mix</i>	14
2.1.3. <i>Promosi Social Media</i>	14
2.1.4. <i>Price</i>	16
2.1.5. <i>Keputusan Menabung</i>	17
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Pemikiran	20
2.4. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Jenis Penelitian	23
3.2. Subjek dan Objek Penelitian	23
3.3. Metode Pengambilan Sampel.....	23
3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian	25
3.5. Metode Pengumpulan Data Penelitian	25
3.6. Variabel Operasional	26
3.7. Metode Analisis Data	28
3.7.1. Uji Instrumen Data	28
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	29
3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.7.4. Uji Hipotesis.....	30
BAB IV PEMBAHASAN	32
4.1. Hasil Penelitian	32
4.1.1. Gambaran Umum Responden	32



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.1.2. Hasil Uji Instrumen Data.....	37
4.1.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	38
4.1.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.1.5. Hasil Uji Hipotesis	41
4.2. Pembahasan	43
4.2.1. Pengaruh Promosi <i>Social Media</i> terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI	43
4.2.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI.....	44
4.2.3. Pengaruh Promosi <i>Social Media</i> dan Harga terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI	45
BAB V PENUTUP.....	48
5.1. Kesimpulan.....	48
5.2. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	54



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes (Dalam jumlah jutaan)	2
Tabel 1. 2 Harga Tabungan Simpedes dan Britama	5
Tabel 1. 3 Jumlah Nasabah Tabungan BRI Tahun 2024	6
Tabel 1. 4 Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes Wilayah Jabodetabek	8
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	26
Tabel 3. 2 Tabel Variabel Operasional.....	26
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas.....	38
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	39
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji t Parsial	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji F (Simultan)	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	43



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Promosi Simpedes BRI di Social Media	3
Gambar 2. 1 Kerangka Landasan Teori.....	12
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	34
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Domisili	35
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	36





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Data Skripsi.....	55
Lampiran 2 Penelitian Terdahulu	56
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 4 Tabulasi Data	64
Lampiran 5 Uji Instrumen.....	66
Lampiran 6 Tabulasi Data Final	69
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	76
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	77
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	77
Lampiran 10 Lembar Bimbingan Skripsi.....	79





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia, bank adalah suatu badan usaha yang mengumpulkan dana dari masyarakat melalui simpanan, kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Undang-Undang tersebut juga menjelaskan bahwa bank terbagi menjadi dua jenis, yaitu bank umum dan bank perekonomian rakyat (BPR). Pengelompokan bank umum dilakukan berdasarkan besarnya modal inti yang dimiliki, yang terbagi menjadi empat kategori, yaitu KBMI 1, KBMI 2, KBMI 3, dan KBMI 4. Bank dengan modal inti hingga 6 triliun rupiah dikategorikan sebagai KBMI 1. Untuk KBMI 2, modal inti berada di atas 6 hingga 14 triliun rupiah. Kategori KBMI 3 mencakup bank dengan modal inti lebih dari 14 hingga 70 triliun rupiah. KBMI 4 adalah bank dengan modal inti di atas 70 triliun rupiah. Ketentuan modal inti yang ditetapkan OJK berdasarkan KBMI lebih tinggi dibandingkan dengan pengelompokan BUKU yang sebelumnya diterapkan oleh Bank Indonesia. Dampak dari perubahan ketentuan modal inti menyebabkan hanya empat bank kategori BUKU 4 yang tetap berada di kategori tertinggi KBMI 4.

Bank BRI sebagai salah satu bank yang termasuk kategori KBMI 4, memiliki ciri khas tersendiri, yaitu jangkauan yang sangat luas, sehingga memiliki peran penting dalam penyediaan akses keuangan bagi masyarakat luas (Bank BRI, 2024). Bank BRI menyediakan beragam produk dan layanan perbankan, termasuk tabungan, pinjaman, layanan perbankan digital, dan jasa-jasa bank lainnya. Salah satu produk tabungan unggulan Bank BRI adalah Simpedes. Tabungan Simpedes memiliki beberapa keunggulan dibandingkan produk tabungan BRI lainnya, seperti setoran awal yang ringan, biaya administrasinya lebih rendah, dan dilengkapi dengan kartu debit. Tabungan Simpedes BRI yang menjangkau secara luas telah lama dikenal dan dipercaya masyarakat, hal ini dapat dibuktikan dengan peningkatan total nasabah pengguna produk tabungan Simpedes BRI setiap tahunnya.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes (Dalam jumlah jutaan)

Tahun	Jumlah Nasabah	Perubahan Jumlah Nasabah	
		Angka	%
2020	79,70	-	-
2021	89,70	10,00	12,55
2022	99,82	10,12	11,28
2023	133,46	33,64	33,70
2024	147,60	14,14	10,59

Sumber: *Sustainability Reports BRI* (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.1, nasabah tabungan Simpedes BRI periode 2020-2024 selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2024, nasabah tabungan Simpedes BRI meningkat menjadi 147,60 juta nasabah, dibandingkan dengan tahun 2023 dengan jumlah nasabah sebanyak 79,70 juta. Peningkatan jumlah nasabah pada tahun 2024 sebesar 14,14 juta nasabah, atau setara dengan 10,59% dari total nasabah Simpedes BRI tahun 2023.

Peningkatan jumlah nasabah tabungan Simpedes BRI, antara lain disebabkan adanya penerapan strategi pemasaran yang efektif, sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan Simpedes BRI.

Bauran pemasaran adalah kumpulan strategi pemasaran yang digunakan secara bersama-sama untuk menarik perhatian, memenuhi kebutuhan, dan membangun hubungan baik dengan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2018). Bauran pemasaran terdiri atas 4P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), dan *Place* (Tempat). Bauran pemasaran adalah media penyampaian jasa yang ditawarkan, sehingga dimengerti oleh masyarakat. Bauran pemasaran yang efektif mampu memengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan membeli produk atau jasa. Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang dilalui konsumen untuk mengetahui tentang produk dan membuat keputusan untuk membeli produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2018).

Salah satu bauran pemasaran yang dapat dilakukan yaitu promosi. Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada konsumen, sehingga konsumen tertarik dengan apa yang ditawarkan (Ritonga et al., 2018). Promosi *social media* merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh Bank BRI melalui *social media* Instagram dan akun TikTok untuk produk tabungan Simpedes BRI.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 1 Konten Promosi Simpedes BRI di *Social Media*
Sumber: Instagram dan TikTok

Di era digital, *social media* menjadi sarana utama dalam melakukan promosi produk perbankan, termasuk Tabungan Simpedes BRI. Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat tingginya *engagement* pada postingan promosi Tabungan Simpedes, hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak sekadar menerima informasi secara pasif, melainkan juga secara aktif berinteraksi dan mencari informasi mengenai produk tersebut. *Engagement* yang tinggi juga mencerminkan proses pencarian informasi yang termasuk tahap penting dalam pengambilan keputusan konsumen, di mana konsumen mengumpulkan, mengevaluasi, dan memahami informasi sebelum memutuskan untuk menabung. Proses pencarian informasi ini sangat krusial karena mempengaruhi persepsi dan keyakinan nasabah terhadap manfaat produk tabungan yang ditawarkan.

Berdasarkan *We are Social Digital Indonesia* tahun 2024, *social media* memiliki peran yang sangat signifikan dalam perilaku konsumen di Indonesia. Sebanyak 60,4% populasi aktif sebagai pengguna *social media*, dan rata-rata waktu pemakaian sebanyak 3 jam 11 menit setiap hari. Aplikasi seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok, menjadi saluran yang potensial untuk menjangkau dan mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa sebanyak 46,1% pengguna *social media*, digunakan untuk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mencari produk. Hal ini menunjukkan peluang besar bagi promosi produk perbankan, melalui aplikasi tersebut.

Bank BRI memanfaatkan *social media* sebagai sarana promosi dalam memperkenalkan dan memberikan edukasi mengenai tabungan Simpedes BRI melalui konten di *social media*. Penyajian konten dilakukan dengan desain visual yang menarik dan relevan. Selain itu, memberikan respons cepat dan penyampaian informasi yang lengkap dalam membangun komunikasi. Partisipasi konsumen juga didorong melalui berbagai program interaktif seperti kuis dan tantangan. Upaya menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen dilakukan melalui pembaruan informasi rutin, program loyalitas, dan komunikasi timbal balik yang semakin memperkuat ikatan dan loyalitas terhadap tabungan Simpedes BRI. Semakin efektif penggunaan *social media* sebagai sarana promosi, semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan konsumen (Saputri, Sukoco, Farisi, Yuliana, dan Andini, 2024).

Sejalan dengan penelitian Piramita, Hannan, dan Purba (2021), yang menyatakan promosi *social media* secara parsial, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan promosi *social media* yang efektif dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, sedangkan dari hasil penelitian Pramudita dan Suharyati (2024); Rahmatia, Hamida, dan Hakim (2023), menyatakan bahwa promosi *social media* secara parsial, justru berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Melalui promosi *social media*, Bank BRI juga dapat menonjolkan manfaat menabung di tabungan Simpedes BRI. Salah satunya yaitu terkait harga. Dalam layanan perbankan, harga memiliki peranan krusial, yaitu sebagai jumlah uang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan (Ritonga et al., 2018). Harga dalam konteks perbankan tidak hanya mencakup suku bunga, tetapi juga biaya (Suryani, 2017). Biaya ini mencakup biaya administrasi, saldo minimum, serta setoran awal.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1. 2 Harga Tabungan Simpedes dan Britama

Tabungan	Biaya Administrasi	Saldo Minimum	Setoran Awal
Simpedes	5.500	25.000	50.000
BritAma	11.000	50.000	250.000

Sumber: Bank BRI (Data diolah)

Dalam era persaingan industri perbankan yang semakin ketat, Bank BRI menawarkan berbagai produk tabungan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, di antaranya tabungan Simpedes dan BritAma. Salah satu faktor utama yang membedakan kedua produk ini adalah aspek harga. Perbedaan harga tersebut merupakan faktor utama yang menarik konsumen untuk menabung dengan biaya lebih terjangkau. Biaya administrasi yang lebih rendah pada tabungan Simpedes memberikan keuntungan tersendiri, terutama bagi konsumen yang sensitif terhadap biaya bulanan dan mengutamakan efisiensi dalam pengelolaan keuangan. Hal ini dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk tabungan, di mana harga menjadi salah satu pertimbangan utama.

Harga merupakan elemen krusial dalam bauran pemasaran produk perbankan seperti tabungan Simpedes BRI, yang harus memperhatikan keterjangkauan agar dapat diakses oleh berbagai lapisan. Kesesuaian harga dengan kualitas produk juga menjadi faktor penting, di mana biaya administrasi dan setoran awal sebanding dengan layanan yang diberikan. Selain itu, harga yang ditetapkan harus mencerminkan manfaat yang diterima konsumen, seperti berbagai kemudahan transaksi, sehingga konsumen merasa mendapatkan nilai tambah yang sepadan. Daya saing harga pun menjadi strategi utama bagi tabungan Simpedes BRI untuk mempertahankan dan menarik konsumen di tengah persaingan produk tabungan lain, dengan menawarkan biaya yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas layanan. Konsumen cenderung memilih bank yang menawarkan keuntungan atau nilai lebih tinggi daripada biaya yang harus mereka bayar (Suryani, 2017). Sejalan dengan penelitian Mahmud dan Nurmiati (2022), ditemukan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan dari hasil penelitian Tamara dan Yulianto (2022); Purnama dan Nainggolan (2023), menunjukkan harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian, umumnya melewati lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta evaluasi purnabeli (Sumarni, 2002). Proses pengambilan keputusan dimulai ketika nasabah menyadari adanya kebutuhan akan layanan perbankan. Setelah kebutuhan dikenali, nasabah termotivasi untuk menggali lebih banyak informasi mengenai produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Informasi yang diperoleh nasabah, dijadikan sebagai dasar untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Setelah itu, nasabah membuat keputusan. Pada tahap akhir dari proses keputusan pembelian, yaitu evaluasi purnabeli, nasabah mengambil tindakan berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan dalam memanfaatkan layanan perbankan. Promosi *social media* dan harga dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Promosi *social media* dapat memberikan informasi mengenai produk serta harga yang kompetitif dapat menarik konsumen untuk menabung di tabungan Simpedes BRI.

Bank BRI menyediakan berbagai jenis produk tabungan yang dirancang untuk memenuhi beragam kebutuhan nasabah. Adapun produk-produk tabungan BRI, yaitu Simpedes, Simpedes Umi, Simpedes BISA, BritAma, BritAma Bisnis, Simpedes TKI, BritAma Junio, Simpel, dan Tabunganku. Berikut data jumlah nasabah, dari setiap produk tabungan BRI.

Tabel 1. 3 Jumlah Nasabah Tabungan BRI Tahun 2024

Nama Produk	Jumlah Nasabah
Simpedes	147,60 juta
Simpedes Umi	18,2 juta
Simpedes TKI	73,47 juta
Simpedes BISA	319,30 ribu
BritAma	24,69 juta
BritAma Junio	2,38 juta
BritAma Bisnis	602 ribu
Simpel	32 juta
TabunganKu	17,20 juta

Sumber: *Sustainability Report* BRI (Data diolah)

Dari Tabel 1.3, terlihat bahwa nasabah tabungan Simpedes memiliki jumlah terbanyak dibandingkan produk tabungan BRI lainnya yaitu sebesar 147,6 juta nasabah. Produk ini paling diminati oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan BRI untuk menarik nasabah. Simpedes merupakan singkatan dari Simpanan Masyarakat Pedesaan yang awalnya ditujukan untuk masyarakat di daerah pedesaan, akan tetapi saat ini tabungan Simpedes BRI juga banyak digunakan oleh nasabah di wilayah perkotaan. Diantaranya yaitu wilayah Jabodetabek. Wilayah Jabodetabek yang merupakan kawasan metropolitan dengan tingkat mobilitas tinggi, terutama sebagai pusat aktivitas ekonomi dan sosial di Indonesia, menjadi lokasi strategis untuk mengkaji perilaku keuangan masyarakat, khususnya dalam pengambilan keputusan menabung. Wilayah Jabodetabek juga dikenal dengan tingkat penggunaan internet yang tinggi. Menurut survei dari *Centre for Strategic and International Studies/Safer Internet Lab (CSIS/SAIL)* pada tahun 2024, tingkat penggunaan internet di perkotaan jauh lebih tinggi yaitu sebesar 80,1%, dibandingkan di pedesaan yaitu sebesar 63,4%. Karakteristik demografis dan tingginya internet di Jabodetabek mendorong masyarakat untuk memanfaatkan layanan perbankan yang mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Sehingga, tabungan Simpedes BRI hadir sebagai produk simpanan yang sangat relevan dengan masyarakat Jabodetabek karena menawarkan setoran awal yang ringan, kemudahan transaksi, serta berbagai fitur yang mendukung kebutuhan finansial (Bank BRI, 2025).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis ingin mengetahui lebih lanjut, mengenai apa saja faktor-faktor yang memengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung pada tabungan Simpedes BRI, dengan judul: **“Pengaruh Promosi *Social Media* dan Harga Terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI”**.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Tabungan Simpedes BRI awalnya dikembangkan sebagai produk perbankan yang menyasar masyarakat pedesaan dengan tujuan utama meningkatkan inklusi keuangan di wilayah tersebut. Produk ini dirancang dengan fitur yang sesuai kebutuhan masyarakat desa, seperti setoran awal yang lebih kecil dan biaya administrasi yang terjangkau, sehingga memudahkan akses ke layanan perbankan bagi segmen pasar ini. Akan tetapi, dalam perkembangannya, tabungan Simpedes



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BRI justru banyak digunakan oleh nasabah di wilayah perkotaan, seperti Jabodetabek yang memiliki karakteristik dan kebutuhan berbeda dari target awal.

Tabel 1. 4 Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes Wilayah Jabodetabek

Wilayah	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
Jakarta	2.560.710	2.978.079	3.192.637	3.508.006	3.811.324
Bogor	603.601	806.848	783.859	918.081	993.333
Depok	588.742	651.258	701.861	780.898	841.529
Tangerang	1.690.407	1.917.316	2.046.910	2.308.076	2.527.057
Bekasi	1.897.762	2.260.361	2.444.805	2.763.581	2.987.632
Total	7.341.222	8.613.862	9.170.072	10.278.642	11.160.875

Sumber: Bank BRI (Data diolah)

Hal ini menimbulkan pertanyaan mengapa produk yang secara segmentasi seharusnya fokus pada masyarakat pedesaan justru diminati oleh masyarakat perkotaan, dan apa faktor yang mendorong perubahan pola penggunaan tersebut.

Promosi *social media* diduga menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi fenomena ini. Dengan perkembangan teknologi digital, *social media* menjadi media efektif untuk menjangkau berbagai segmen pasar, termasuk masyarakat perkotaan yang aktif menggunakan platform digital sebagai sumber informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, perlu dikaji sejauh mana promosi *social media* memengaruhi keputusan nasabah, khususnya di wilayah Jabodetabek, untuk memilih dan menabung pada produk tabungan Simpedes BRI. Apakah promosi *social media* mampu memengaruhi keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI.

Selain promosi, faktor harga juga merupakan faktor krusial yang harus diperhitungkan dalam pengambilan keputusan untuk menabung. Harga yang dimaksud meliputi biaya administrasi, setoran awal, dan biaya lain yang terkait dengan produk tabungan. Harga yang kompetitif dan transparan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah, terutama di wilayah perkotaan yang cenderung lebih sensitif terhadap biaya dan mencari kemudahan dalam transaksi perbankan. Sehingga, perlu juga mengkaji apakah harga memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI, apakah harga menjadi faktor penentu yang signifikan dalam pemilihan produk ini.

Dengan mempertimbangkan fenomena penggunaan produk di luar segmentasi awal serta peran promosi *social media* dan harga, penelitian ini memiliki tujuan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak kedua faktor tersebut terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI di wilayah Jabodetabek.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi *social media* terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI?
3. Bagaimana pengaruh promosi *social media* dan harga secara simultan terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk dapat menjawab dalam pertanyaan penelitian maka digunakan tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Untuk menganalisis secara parsial pengaruh promosi *social media* terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI.
2. Untuk menganalisis secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI.
3. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh promosi *social media* dan harga terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas penelitian mengenai strategi promosi *social media* dan harga dalam mempengaruhi keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI. Penelitian ini juga sebagai media penerapan ilmu yang sudah penulis dapatkan selama perkuliahan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti dengan variabel yang sejenis.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Bank BRI dalam pembuatan strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama dalam mengoptimalkan promosi *social media* dan harga. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk Bank lain dalam memilih strategi pemasaran.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Sistematika penulisan skripsi ini mengikuti buku pedoman penulisan skripsi Politeknik Negeri Jakarta yang terdiri atas lima bagian, yaitu:

Bab I, Pendahuluan. Pada bab satu, penulis memaparkan beberapa sub bab, yaitu latar belakang penelitian yang akan dilakukan, kemudian merumuskan masalah mengenai apa yang terjadi dalam penelitian ini. Penulis juga menjabarkan pertanyaan yang timbul dalam penelitian, menjelaskan tujuan dilakukannya penelitian, apa saja manfaat dari penelitian yang dilakukan, serta sistematika penelitian.

Bab II, Tinjauan Pustaka. Pada bab dua, penulis menyajikan kajian teori yang mendukung penelitian berkaitan dengan variabel penelitian. Penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Sehingga menimbulkan kerangka pemikiran sebagai hasil asumsi dari teori dan penelitian-penelitian sudah dilakukan.

Bab III, Metode Penelitian. Pada bab tiga, penulis menguraikan jenis penelitian yang digunakan, objek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, serta metode analisis data.

Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab empat, memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya, berisi hasil analisis hubungan objek penelitian yang telah dilakukan.

Bab V, Penutup. Bab lima, berisi kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan oleh penulis serta menjawab pertanyaan penelitian yang sudah

dikemukakan sebelumnya. Serta saran-saran yang dapat diberikan terkait dengan kesimpulan yang telah diperoleh.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi *social media* dan harga terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Promosi *social media*, sebagai sarana interaksi yang efektif dalam menyampaikan informasi (*collaboration*). Pesan disusun dengan bahasa dan isi yang tepat sehingga mudah dipahami (*context*), pesan tersampaikan secara interaktif dan responsif (*communication*), serta menjaga hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dan nasabah (*connection*), dapat meningkatkan keputusan menabung. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin semakin banyak konten promosi *social media* tabungan Simpedes BRI, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk menabung pada tabungan Simpedes BRI.

Di sisi lain, keterjangkauan harga pada tabungan Simpedes BRI turut memperkuat keputusan menabung. Harga yang sesuai dengan kualitas layanan dan manfaat produk membuat konsumen merasa apa yang diperoleh sepadan. Daya saing harga dibandingkan bank lain juga memperkuat pilihan konsumen. Dengan demikian, semakin kompetitif dan sesuai harga dengan apa yang ditawarkan tabungan Simpedes BRI, maka semakin besar pula keputusan konsumen untuk menabung.

Promosi *social media* dan harga secara bersama-sama (simultan) berperan dalam memengaruhi keputusan seseorang untuk menabung pada tabungan Simpedes BRI. Nilai koefisien determinasi sebesar 57,8 persen, yang menunjukkan kontribusi gabungan dari kedua variabel dalam menjelaskan variasi keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI. Hal ini menunjukkan bahwa apabila promosi yang dilakukan melalui *social media* mampu memberikan informasi yang menarik dan meyakinkan, serta harga yang ditawarkan relatif kompetitif dan sesuai dengan ekspektasi nasabah, maka keputusan untuk menabung akan semakin besar kemungkinannya. Dengan demikian, semakin efektif promosi *social media* yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

disertai dengan harga yang kompetitif, maka semakin besar pula peluang nasabah untuk memilih dan memutuskan menabung pada tabungan Simpedes BRI.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Bagi Bank BRI, diharapkan untuk terus mengoptimalkan strategi promosi *social media* untuk tabungan Simpedes dengan konten yang kreatif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan konsumen, dan melakukan penyesuaian harga, atau memberikan promo menarik guna meningkatkan daya tarik menabung. Bank BRI juga diharapkan memperluas jangkauan promosi ke berbagai aplikasi agar dapat menjangkau lebih banyak calon nasabah. Bagi penelitian selanjutnya, karena penelitian ini hanya memfokuskan pada pengaruh promosi *social media* dan harga terhadap keputusan menabung pada tabungan Simpedes BRI. Sehingga, disarankan agar penelitian selanjutnya memasukkan variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini. Selain itu, karena penelitian ini dilakukan di wilayah Jabodetabek disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan responden dengan memasukkan wilayah lain di luar Jabodetabek. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 107-132.
- Ahdiat, A. (2024, Maret 28). *Jumlah Pekerja Komuter di Jabodetabek Berdasarkan Tempat Tinggal (Oktober 2023)*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/1649dd34f81ed99/ini-wilayah-jabodetabek-dengan-pekerja-komuter-terbanyak>
- Alfiatin, Handayani, Y. I., & Dimyati, M. (n.d.). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menabung Dengan Reputasi Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI KCP. Univ. Jember .
- Annur, C. M. (2020, November 23). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan Umur & Gender (Statista, 2020)*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/7d0cac9b2502791/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Annur, C. M. (2022, Februari 7). *Rata-rata Waktu yang Dhabiskan Pengguna Internet untuk Gunakan Media Sosial (Januari 2022)*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/5f6ca2a3a05b772/berapa-lama-masyarakat-global-akses-medsos-setiap-hari>
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Athar, H. S. (2021). The Impact Of Marketing Mix on The Purchase Decision When Borrowing Consumer Loans. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 40-49.
- Bank BRI. (2024, Juni 27). *Company Profile*. Retrieved from Bank BRI: https://bri.co.id/o/com.BRI.corporate.website.ebook.reader.web/pdf-viewer.html?read=/documents/20123/56789/CP_Bank_BRI_27Juni.pdf
- Bank BRI. (2025, Februari 28). *Sustainability Report 2024*. Retrieved from Bank BRI: https://www.ir-bri.com/sustainability_reports.html
- Bank BRI. (2025). *Tabungan Simpedes*. Retrieved from Bank BRI: <https://bri.co.id/simpedes>
- Calistarahma, I. R., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Skintific. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah* , 125-136.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Fatih, M. R., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Kawula Muda Bekasi Timur. *JURNAL ECONOMINA*, 2756-2774 .
- Fernandes, A., Krisetya, B., & Yazid, E. K. (2025). *Survei Nasional Opini Publik Peta Mis/Disinformasi di Indonesia: Tingkat Kepercayaan dan Dampaknya pada Demokrasi*. -: Centre for Strategic and International Studies (CSIS)/Safer Internet Lab (SAIL).
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustini, L. K. (2023). Komunikasi Pemasaran Digital. In Hasniaty, B. Harto, W. Istiono, Z. Munawar, A. Waworuntu, M. T. Hapsari, . . . A. A. Permana, *Social Media Marketing* (p. 142). Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI .
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metedologi Penelitian Bisnis: Konsep & Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, 17 Edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Leuhena, C. M., Tanihatu, M. M., & Saleky, S. R. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Pada Pt.Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 435-450.
- Mahmud, A., & Nurmiati. (2022). Marketing Mix: Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Simpeda Pada Bank Sulselbar. *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam*, 1-16.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA*, 975-984.
- Moningka, G. G., Jan, A. b., & Rogi, M. H. (2023). Pengaruh Physical Evidence, Citra Merek dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda pada Cv. Mitra Schati Jaya Manado. *Jurnal EMBA* , 1417-1424.
- Ningsi, W. P., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 50-57.
- Ningtias, K. N., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menabung Britama Pada PT Bank



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pembantu Puri Anjasmoro Semarang. *KEUNIS*, 20-33.

Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen Edisi Ketiga*. Lumajang: Widya Gama Press.

Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second. (2022). *YUME : Journal of Management*, 450-458.

Perkumpulan PRAKARSA. (2020). *Pemberdayaan ekonomi untuk UMKM yang dipimpin perempuan di pedesaan Indonesia: Pelajaran dari CSO Indonesia*. Jakarta Selatan: Perkumpulan PRAKARSA.

Piramita, S., Hannan, S., & Purba, J. H. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR Non Subsidi dengan Mediasi Persepsi Merek (Studi Pada Bank XYZ). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 487 - 497.

Pramudita, A., & Suharyati. (2024). Pengaruh Country Of Origin, Social Media Marketing dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Jakarta Selatan. *Journal of Young Entrepreneurs*, 1-18.

Purnama, I. B., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “Gula Kopi”. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 281-293.

Putri, A. B., Arifin, R., & Amin, M. S. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Affiliate Marketing, Fear of Missing Out (FoMO), dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Facetology Pada Platform TikTok Shop (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen*, 76-86.

Putri, J. L., Heriberta, & Emilia. (2021). Analisis determinan keputusan nasabah menabung pada Bank Pembangunan Daerah Jambi (Studi kasus pegawai negeri sipil Kota Jambi). *E-Journal Perdagangan Industri dan Moneter*, 155-170.

Rahmatia, Hamida, L. O., & Hakim, A. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Tho Masagena). *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 186-191.

Republik Indonesia. (1998). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*. Jakarta: Sekretariat Negara.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Ritonga, H. M., Fikri, M. E., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Medan: CV. Manhaji.
- Ruhamak, M. D., Dewandaru, B., Andriani, N., Zalviana, R., Listiyaningrum, I., Cahyani, R. G., & Jorumana, D. U. (2024). Pengaruh Pendapatan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank BRI . *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 30-39 .
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing terhadap Minat Beli Climatethirty. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 272-278 .
- Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu) . *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 6424-6434.
- Sari, M., Agustami, E., & Suardi, I. (2023). Pengaruh Promosi Digital Dan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Baru. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 41-49.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Harlow: Pearson Education.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarni, M. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank: Edisi Revisi*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Kencana.
- Tamara, L. D., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menabung Nasabah PT Bank Jatim KCP UNTAG Surabaya (Studi kasus pada produk tabungan simpeda di PT Bank Jatim KCP UNTAG Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-22.
- Ubaidillah, H. L., & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh Demografi, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 242-249.
- We are Social. (2024, Januari). *Digital Indonesia 2024*. Retrieved from We are Social: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen: Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Surat Permohonan Data Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7270036, Hunting, Fax (021) 7270034
Laman: <http://www.pnj.ac.id>, Posel: humas@pnj.ac.id

Nomor: 6046/PL3/ PK.01.09/2025
Hal : Permohonan Data Skripsi

26 Mei 2025

Yth. Bapak/Ibu Pimpinan
Divisi Marketing Communication Group Kantor Pusat BRI
BRI II Building 9th Floor
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 44-46, Jakarta 10210 Indonesia

Dengan hormat,

Kami dari Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini:

No.	Nama Mahasiswa	NIM	No. Hp/Email
1.	Jasmine Allykha Salsabila	2104421058	082122405302/ jasmine.allykha.salsabila.ak21@mhs.w.pnj.ac.id

Untuk melaksanakan Pengambilan Data di Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpin, guna penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di atas dengan judul:

"Pengaruh Promosi Social Media dan Physical Evidence terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Simpedes BRI"

Pelaksanaan penelitian Data Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta disesuaikan dengan jadwal yang ditentukan oleh perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

a.n. Direktur
Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.
NIP 196404151990032002

Tembusan:

1. Direktur;
2. Wakil Direktur Bidang Akademik;
3. Kabag. Keuangan dan Umum;
Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 2 Penelitian Terdahulu

	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Perbedaan
1.	Ningtias dan Soemarso (2019) Keunis Majalah Ilmiah ISSN No 2302-9315 Vol. 7 No 1 Thn VII Januari 2019	Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menabung Britama Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pembantu Puri Anjasmoro Semarang	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang merupakan nasabah Tabungan BritAma Bank BRI Cabang Pembantu Puri Anjasmoro Semarang. Menggunakan metode sampling <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda.	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan secara parsial keputusan menabung BritAma dipengaruhi secara signifikan oleh produk, promosi , tempat, dan proses. Sedangkan tiga variabel lainnya yaitu harga , orang, dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung BritAma pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Puri Anjasmoro Semarang.	Persamaan dengan penelitian ini adalah: 1. Penggunaan variabel independen yaitu, harga. 2. Variabel dependen yaitu, keputusan menabung. 3. Metode analisis regresi linear berganda.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagai berikut: 1. Penggunaan variabel promosi <i>sosial media</i> sebagai independen. 2. Objek penelitian terdahulu merupakan nasabah BritAma BRI di Semarang. Sedangkan penelitian ini melakukan nasabah tabungan Simpedes BRI di wilayah Jabodetabek.
2.	Athar (2021) Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Online ISSN : 2540-8402, Print ISSN : 2540-8399	<i>The Impact of Marketing Mix on The Purchase Decision When Borrowing Consumer Loans</i>	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang merupakan nasabah	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan secara parsial keputusan mengambil kredit konsumsi pada PT. Bank NTB Syariah	Persamaan dengan penelitian ini adalah: 1. Penggunaan variabel independen yaitu, harga. 2. Metode analisis regresi linear berganda.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagai berikut: 1. Penggunaan variabel promosi sosial media sebagai independen.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Vol.5 No.1 Januari 2021		yang mengambil kredit konsumsi pada Bank NTB Syariah. Menggunakan metode sampling <i>targeted sampling</i> . Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda.	dipengaruhi secara signifikan oleh produk, harga, promosi , dan proses Sedangkan tiga variabel lainnya, yaitu tempat, orang, dan bukti fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan mengambil kredit konsumsi pada PT. Bank NTB Syariah.		2. Penggunaan variabel keputusan menabung sebagai dependen. 3. Objek penelitian terdahulu merupakan nasabah yang mengambil kredit konsumsi pada Bank NTB Syariah. Sedangkan penelitian ini melakukan nasabah tabungan Simpedes BRI di wilayah Jabodetabek.
Piramita, Hannan, dan Purba (2021) Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, P-ISSN: 25285149 E-ISSN: 24607819 Vol. 7 No. 2, Mei 2021	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian KPR Non Subsidi dengan Mediasi Persepsi Merek (Studi Pada Bank XYZ)	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode <i>Partial Least Square Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM).	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan secara parsial keputusan pembelian KPR non subsidi di Bank XYZ dipengaruhi oleh <i>social media marketing</i> . Sedangkan variabel lainnya, yaitu kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR non subsidi di Bank XYZ. <i>Selain itu, secara parsial social media marketing dan kualitas layanan berpengaruh</i>	Persamaan dengan penelitian ini adalah: 1. Penggunaan variabel independen yaitu <i>social media marketing</i> .	Perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagai berikut: 1. Penggunaan variabel harga sebagai independen 2. Penggunaan variabel keputusan menabung sebagai dependen. 3. Objek pada penelitian ini melakukan nasabah tabungan Simpedes BRI di wilayah Jabodetabek. 4. Metode analisis regresi linear berganda.



© Hak Cipta Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

				signifikan terhadap persepsi merek.		
	Tamara dan Yulianto (2022) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593 Volume 11, Nomor 7, Juli 2022	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menabung Nasabah PT Bank Jatim KCP Untag Surabaya (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Simpeda di PT Bank Jatim KCP Untag Surabaya)	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden yang merupakan nasabah tabungan Simpeda PT Bank Jatim KCP Untag Surabaya. Menggunakan metode sampling <i>nonprobability sampling</i>. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda.	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan secara parsial keputusan menabung pada tabungan Simpeda PT Bank Jatim KCP Untag Surabaya dipengaruhi proses dan bukti fisik. Sedangkan produk, harga, dan orang berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pada PT Bank Jatim KCP UNTAG Surabaya. Selain itu, promosi dan Lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung pada PT Bank Jatim KCP UNTAG Surabaya.	Persamaan dengan penelitian ini adalah: 1. Penggunaan variabel independen yaitu, harga. 2. Penggunaan variabel dependen, yaitu keputusan menabung. 3. Metode analisis regresi linear berganda.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagai berikut: 1. Penggunaan variabel promosi <i>social media</i> sebagai independen. 2. Objek pada penelitian ini melakukan nasabah tabungan Simpedes BRI di wilayah Jabodetabek.
5.	Mahmud dan Nurmiati (2022)	Marketing Mix: Keputusan	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan	Persamaan dengan penelitian ini adalah:	Perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	LAA MAISYIR : Jurnal Ekonomi Islam p-ISSN:2476-9371 e-ISSN:2580-9512 Volume 9, Nomor 2, Desember 2022	Nasabah Memilih Tabungan Simpeda Pada Bank Sulselbar	mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden. Menggunakan metode sampling <i>incidental sampling</i>. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda.	menunjukkan secara parsial keputusan nasabah dalam memilih tabungan Simpeda pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Mamuju dipengaruhi produk, harga, promosi, dan proses. Sedangkan tiga variabel lainnya, yaitu tempat, orang dan bukti fisik tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan Simpeda pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Mamuju.	1. Penggunaan variabel independen yaitu, harga. 2. Penggunaan variabel dependen, yaitu keputusan menabung. 3. Metode analisis regresi linear berganda.	1. Penggunaan variabel promosi <i>social</i> media sebagai independen. 2. Objek pada penelitian ini melakukan nasabah tabungan Simpedes BRI di wilayah Jabodetabek.
6.	Calistarahma dan Saputro (2023) Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah EISSN: 27164012 ISSN: 23384751 Vol. 11 No. 2 (2023)	Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk <i>skincare</i> Skintific	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden yang menggunakan <i>skincare</i> Skintific.	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan secara parsial keputusan nasabah dalam keputusan pembelian <i>skincare</i> Skintific dipengaruhi oleh promosi media sosial dan citra merek.	Persamaan dengan penelitian ini adalah: 1. Penggunaan variabel independen, yaitu promosi media sosial. 2. Metode analisis regresi linear berganda.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagai berikut: 1. Penggunaan variabel harga sebagai independen. 2. Penggunaan variabel keputusan menabung sebagai dependen. 3. Objek pada penelitian ini melakukan nasabah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda.			tabungan Simpedes BRI di wilayah Jabodetabek.
	Pramudita dan Suharyati (2024) <i>Journal of Young Entrepreneurs</i> ISSN 2964-8521 (Online) Vol. 3, No. 1, Januari 2024	Pengaruh <i>Country Of Origin, Social Media Marketing</i> dan <i>E-Wom</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Jakarta Selatan	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden. Menggunakan metode sampling <i>purposive sampling</i>. Metode analisis data menggunakan SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan secara parsial keputusan pembelian produk Somethinc di Jakarta Selatan dipengaruhi <i>country of origin</i> dan <i>electronic word of mouth</i>. Sedangkan <i>social media marketing</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc di Jakarta Selatan.	Persamaan dengan penelitian ini adalah: 1. Penggunaan variabel independen, yaitu <i>social media marketing</i>.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagai berikut: 1. Penggunaan variabel harga sebagai independen. 2. Penggunaan variabel keputusan menabung sebagai dependen. 3. Objek pada penelitian ini melakukan nasabah tabungan Simpedes BRI di wilayah Jabodetabek. 4. Metode analisis regresi linear berganda.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

A. Pertanyaan Penyaring

Jika Anda memilih jawaban “Ya” silahkan lanjut ke pertanyaan berikutnya untuk kebutuhan penelitian. Jika Anda memilih jawaban “Tidak” bisa berhenti sampai di sini, dan terima kasih atas waktu yang telah diluangkan.

1. Apakah Anda memiliki rekening tabungan Simpedes?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apakah Anda berusia 17 tahun atau lebih?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Apakah Anda Berdomisili di Jabodetabek?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Apakah Anda pengguna aktif *social media* Instagram dan Tiktok?
 - a. Ya
 - b. Tidak

B. Identitas responden

Data yang diberikan pada kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

1. Jenis Kelamin
 - a. Perempuan
 - b. Laki-laki
2. Usia
 - a. 17-27
 - b. 28-38
 - c. 39-49
 - d. > 50
3. Domisili
 - a. DKI Jakarta
 - b. Bogor
 - c. Depok
 - d. Tangerang
 - e. Bekasi
4. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Karyawan (Swasta, PNS, dll)
 - c. Tidak/Belum bekerja
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Lainnya

C. Pertanyaan Penelitian



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Mohon membaca tiap pernyataan dengan teliti dan memberikan jawaban sejujur-jujurnya.

Setiap pernyataan akan dinilai menggunakan skala likert sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Kurang Setuju
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

No.	Variabel Promosi <i>Social Media</i>	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
Context						
1.	Saya merasa cara penyajian pesan atau informasi mengenai tabungan Simpedes BRI yang disampaikan melalui <i>social media</i> mudah saya pahami.					
2.	Saya menilai desain visual (seperti gambar, video) yang digunakan dalam promosi tabungan Simpedes BRI di <i>social media</i> menarik perhatian saya					
Communication						
3.	Saya mendapat respons yang cepat dan ramah dari admin <i>social media</i> mengenai tabungan Simpedes BRI.					
4.	Saya menilai penyampaian pesan mengenai tabungan Simpedes BRI di <i>social media</i> menarik dan sangat efektif.					
Collaboration						
5.	Saya sering berinteraksi dengan konten promosi tabungan Simpedes BRI di <i>social media</i> .					
6.	Saya merasa terlibat aktif dalam kegiatan atau program promosi tabungan Simpedes BRI yang diadakan di <i>social media</i> .					
Connection						
7.	Saya merasa Bank BRI berusaha membangun hubungan yang berkelanjutan melalui <i>social media</i> .					
8.	Saya merasa adanya timbal balik yang baik antara interaksi mengenai tabungan Simpedes BRI di <i>social media</i> .					

No.	Variabel Harga	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
Keterjangkauan harga						
1.	Saya merasa harga (biaya administrasi dan biaya lain) pada tabungan Simpedes BRI sangat terjangkau.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.	Saya tidak merasa terbebani dengan harga yang dikenakan pada tabungan Simpedes BRI.					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
3.	Harga yang saya bayar untuk tabungan Simpedes BRI sebanding dengan kualitas layanan yang saya terima.					
4.	Harga tabungan Simpedes BRI mencerminkan mutu produk yang baik.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
5.	Manfaat yang saya dapatkan dari tabungan Simpedes BRI sepadan dengan harga yang saya keluarkan.					
6.	Harga tabungan Simpedes BRI sesuai dengan keuntungan dan fasilitas yang saya peroleh.					
Daya saing harga						
7.	Saya memilih tabungan Simpedes BRI karena harganya lebih bersaing dibandingkan produk sejenis di bank lain.					
8.	Harga tabungan Simpedes BRI menjadi alasan utama saya menabung.					

No.	Variabel Keputusan Menabung	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk						
1.	Saya merasa yakin untuk menabung di tabungan Simpedes BRI setelah mendapatkan informasi lengkap mengenai produk tersebut melalui <i>social media</i> .					
Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai						
2.	Saya memilih menabung di tabungan Simpedes BRI karena merek BRI adalah yang paling saya percaya dan sukai.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
3.	Saya menabung di tabungan Simpedes BRI karena produk ini sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.					
Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain						
4.	Saya memutuskan menabung di tabungan Simpedes karena mendapat rekomendasi dari keluarga atau teman yang sudah menggunakan produk ini.					



Hasil Kuesioner Variabel Promosi *Social Media* dan Harga

Res	Promosi <i>Social Media</i>									Harga								
	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
1	4	5	5	4	2	4	4	4	32	5	4	5	4	5	5	5	4	37
2	5	4	4	5	2	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	5	5	34
3	5	5	4	4	4	5	4	5	36	5	3	5	5	4	4	4	4	34
4	5	4	5	5	5	5	4	5	38	5	4	4	4	5	5	4	5	36
5	2	2	2	3	2	3	3	2	19	5	4	5	4	4	5	4	5	36
6	5	4	5	4	3	4	4	4	33	5	5	4	4	5	5	4	4	36
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	3	5	5	5	5	35
8	4	5	5	4	4	5	5	4	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	5	5	2	5	4	34
10	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	4	4	4	2	4	32
12	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	4	5	5	4	4	4	5	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	3	4	4	5	5	4	34
14	5	4	5	4	4	5	4	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	5	3	4	4	4	4	2	4	30	4	4	3	2	4	4	4	2	27
16	4	4	5	4	3	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	4	3	32
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	2	2	3	3	3	3	2	20
18	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	5	5	4	4	5	5	5	37
19	5	4	4	5	5	4	4	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	4	5	5	5	5	5	36
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	5	5	4	35
22	4	4	5	5	4	4	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	3	2	2	3	3	2	2	19
24	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4	4	3	4	4	4	4	4	31
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	5	5	4	4	5	36
26	5	5	4	5	4	4	4	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	4	4	5	5	4	4	36	2	2	2	3	2	5	5	2	23
28	5	5	5	5	4	4	4	5	37	3	2	2	2	3	3	3	3	21
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	3	5	2	30
30	5	4	5	5	4	4	4	5	36	5	5	4	5	4	4	4	3	34

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Menabung

Res	Keputusan Menabung				
	1	2	3	4	Total
1	5	5	5	5	20
2	3	4	5	5	17
3	4	4	4	3	15
4	4	3	4	3	14
5	4	4	4	4	16
6	5	5	4	5	19
7	3	4	5	5	17
8	5	4	5	4	18
9	4	5	5	4	18
10	2	3	3	2	10
11	4	3	4	3	14
12	5	4	4	4	17
13	5	5	5	4	19
14	4	4	5	5	18
15	4	5	4	4	17
16	4	5	4	5	18
17	5	5	4	5	19
18	3	2	2	2	9
19	3	2	2	2	9
20	4	5	5	4	18
21	4	4	4	4	16
22	2	2	2	3	9
23	5	5	5	5	20
24	4	5	4	5	18
25	4	5	5	4	18
26	4	3	4	4	15
27	4	5	5	5	19
28	2	2	3	3	10
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20



Lampiran 5 Uji Instrumen

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Promosi *Social Media*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.524**	.601**	.628**	.538**	.559**	.230	.750**	.757**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.002	.001	.221	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.524**	1	.593**	.537**	.418*	.689**	.647**	.664**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.003		.001	.002	.022	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.601**	.593**	1	.573**	.371*	.575**	.627**	.703**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.001	.043	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.628**	.537**	.573**	1	.511**	.471**	.489**	.838**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001		.004	.009	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.538**	.418*	.371*	.511**	1	.660**	.545**	.656**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.002	.022	.043	.004		.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.559**	.689**	.575**	.471**	.660**	1	.613**	.665**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.009	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.230	.647**	.627**	.489**	.545**	.613**	1	.555**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.221	.000	.000	.006	.002	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.750**	.664**	.703**	.838**	.656**	.665**	.555**	1	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.757**	.793**	.786**	.784**	.759**	.821**	.744**	.914**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	8



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Variabel Harga

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.701**	.808**	.651**	.688**	.404*	.265	.600**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.027	.157	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.701**	1	.674**	.613**	.739**	.496**	.473**	.591**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.005	.008	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.808**	.674**	1	.775**	.723**	.347	.407*	.719**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.060	.026	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.651**	.613**	.775**	1	.639**	.279	.475**	.655**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.135	.008	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.688**	.739**	.723**	.639**	1	.367*	.452*	.720**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.046	.012	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.404*	.496**	.347	.279	.367*	1	.484**	.555**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.027	.005	.060	.135	.046		.007	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.265	.473**	.407*	.475**	.452*	.484**	1	.424*	.621**
	Sig. (2-tailed)	.157	.008	.026	.008	.012	.007		.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.600**	.591**	.719**	.655**	.720**	.555**	.424*	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.020		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.820**	.835**	.878**	.816**	.844**	.616**	.621**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	8

Variabel Keputusan Menabung

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.724**	.633**	.596**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.724**	1	.795**	.796**	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.633**	.795**	1	.757**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.596**	.796**	.757**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.826**	.938**	.895**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	4

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hasil Kuesioner Variabel Promosi *Social Media*

Res	Promosi <i>Social Media</i>								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	4	4	4	3	4	4	4	31
2	4	4	3	4	5	4	4	3	31
3	3	3	3	3	4	4	4	3	27
4	5	5	5	4	4	5	4	5	37
5	4	5	4	4	5	4	4	4	34
6	5	4	4	4	4	4	5	5	35
7	4	4	4	4	5	4	4	4	33
8	3	4	3	3	3	4	3	4	27
9	4	4	4	4	4	3	5	4	32
10	5	5	5	4	5	5	5	5	39
11	3	4	3	3	3	3	4	3	26
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	4	4	4	4	4	4	4	5	33
14	4	4	4	4	3	4	4	4	31
15	3	3	3	4	3	3	3	3	25
16	5	5	4	5	5	4	4	5	37
17	4	3	3	3	3	3	3	3	25
18	4	4	4	3	4	4	5	5	33
19	4	3	3	3	3	4	3	3	26
20	4	3	4	4	4	5	4	4	32
21	5	5	4	5	5	5	5	5	39
22	3	3	3	3	3	3	3	4	25
23	5	4	4	4	4	4	4	4	33
24	4	4	3	4	4	4	4	4	31
25	5	5	4	5	5	4	5	4	37
26	5	5	5	5	5	5	5	4	39
27	5	5	5	5	5	5	4	5	39
28	5	4	4	5	4	4	5	3	34
29	3	3	3	4	3	3	3	3	25
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	3	3	3	3	4	3	3	3	25
32	4	3	4	3	3	3	3	3	26
33	4	3	4	4	4	4	4	5	32
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	4	4	5	5	5	5	5	5	38
36	4	4	4	4	4	4	4	5	33
37	5	5	5	5	5	4	5	5	39
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	5	4	3	4	4	3	3	30
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	3	3	4	4	4	3	3	4	28

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

43	4	4	3	3	5	5	4	4	32
44	4	4	2	3	5	4	4	5	31
45	3	3	3	3	3	3	3	4	25
46	4	5	4	5	5	5	5	5	38
47	4	5	4	5	5	4	4	4	35
48	4	4	5	5	5	5	4	4	36
49	5	2	3	5	3	3	5	5	31
50	5	5	4	5	4	4	5	5	37
51	5	5	5	4	5	5	4	5	38
52	3	3	3	4	4	3	4	3	27
53	3	3	3	3	3	4	3	3	25
54	3	3	3	3	3	3	3	3	24
55	3	3	3	3	3	4	3	3	25
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	3	3	3	3	4	3	3	3	25
60	4	4	4	4	4	4	3	3	30
61	4	4	4	4	5	5	5	3	34
62	3	3	3	3	4	3	3	3	25
63	5	5	5	4	5	4	5	5	38
64	3	3	3	3	3	4	3	3	25
65	3	3	5	4	4	4	4	4	31
66	5	5	4	5	5	5	5	5	39
67	3	3	3	3	3	3	3	3	24
68	4	5	5	4	5	5	4	4	36
69	5	4	5	4	4	4	5	4	35
70	5	3	4	5	5	4	5	3	34
71	3	3	3	3	3	3	3	3	24
72	5	5	5	5	5	4	5	5	39
73	4	4	3	4	3	3	4	4	29
74	5	4	5	4	5	5	5	5	38
75	5	5	4	2	4	4	5	5	34
76	4	4	4	4	3	2	4	4	29
77	5	4	4	5	4	5	5	4	36
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	2	5	5	5	5	5	4	35
80	5	3	5	3	5	4	4	4	33
81	4	4	4	4	4	4	4	5	33
82	3	3	3	3	3	3	3	3	24
83	4	5	4	5	3	5	4	4	34
84	5	5	5	5	4	4	5	4	37
85	5	4	5	4	5	4	4	4	35
86	5	4	5	3	3	4	4	4	32
87	3	3	3	3	3	3	4	3	25
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	3	4	5	3	4	4	3	3	29



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

90	5	5	4	5	4	5	4	4	36
91	4	5	4	5	5	4	4	4	35
92	5	4	4	5	5	5	5	4	37
93	5	5	4	5	5	4	5	5	38
94	4	5	4	5	5	5	5	4	37
95	2	4	4	4	5	4	4	4	31
96	4	4	4	5	5	5	4	4	35
97	5	5	5	5	5	5	4	5	39
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	5	4	5	5	4	5	4	5	37
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Hasil Kuesioner Variabel Harga

Res	Harga								Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	4	5	4	5	5	5	5	5	38
2	4	4	4	4	5	5	4	5	35
3	3	3	4	3	3	3	3	3	25
4	5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	3	4	4	5	3	5	4	32
6	5	5	5	5	4	5	5	5	39
7	5	5	4	5	5	4	4	5	37
8	4	4	4	4	5	3	4	3	31
9	3	4	4	3	4	4	3	3	28
10	4	3	4	3	3	4	3	5	29
11	3	3	4	4	3	3	3	3	26
12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	3	3	3	3	3	4	3	3	25
15	3	4	3	4	3	3	3	3	26
16	3	3	3	3	3	3	3	4	25
17	3	3	3	3	4	3	3	3	25
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	5	5	5	5	4	5	5	4	38
20	4	4	3	4	4	4	4	3	30
21	4	4	3	4	4	3	4	4	30
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	4	4	4	4	4	5	3	4	32
24	3	4	4	4	4	4	5	4	32
25	4	3	3	3	3	3	3	3	25
26	5	5	4	5	5	5	5	5	39
27	3	3	3	3	3	3	4	3	25
28	3	3	4	3	4	3	3	3	26
29	5	5	4	3	5	4	4	4	34
30	4	3	3	3	3	3	4	3	26
31	5	5	5	5	5	4	4	5	38
32	5	5	4	4	5	5	4	5	37
33	3	3	3	4	3	4	3	3	26



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

34	3	4	3	3	3	3	3	3	25
35	3	3	3	3	3	4	3	3	25
36	5	5	5	5	5	5	4	5	39
37	4	3	4	4	5	5	4	4	33
38	5	5	4	5	5	5	5	5	39
39	4	3	4	4	3	3	3	3	27
40	4	4	4	4	3	3	5	4	31
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	5	4	3	4	4	4	4	4	32
43	5	4	4	5	5	5	4	4	36
44	4	5	5	5	4	5	5	5	38
45	3	3	3	4	3	3	3	3	25
46	4	5	5	4	4	5	5	5	37
47	5	4	4	5	5	4	4	5	36
48	5	4	5	4	5	5	4	4	36
49	4	4	5	5	4	4	5	4	35
50	4	5	4	4	4	5	5	5	36
51	4	5	3	3	4	4	4	4	31
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	5	5	4	5	5	5	39
54	3	3	4	3	3	3	3	3	25
55	5	4	3	4	4	4	4	4	32
56	5	5	5	5	5	4	5	5	39
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	5	5	5	5	4	5	5	5	39
59	4	5	5	5	5	5	5	5	39
60	4	4	4	3	4	3	4	3	29
61	4	3	3	3	3	4	4	3	27
62	3	4	4	5	5	5	4	4	34
63	3	3	4	3	3	3	3	3	25
64	3	4	4	4	4	5	4	4	32
65	4	5	4	4	3	4	4	4	32
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	3	3	3	3	3	3	3	3	24
68	5	4	5	5	4	4	4	5	36
69	4	5	4	5	5	5	5	4	37
70	4	3	5	3	5	4	4	5	33
71	5	5	5	5	4	5	5	4	38
72	3	3	4	3	3	3	3	3	25
73	3	3	4	3	3	3	3	3	25
74	3	4	3	3	3	3	3	3	25
75	5	5	4	5	5	4	4	5	37
76	4	4	5	5	5	4	4	4	35
77	5	5	5	4	5	4	5	5	38
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	4	4	5	4	5	4	36
80	4	3	4	3	4	5	4	4	31
81	4	5	5	5	4	4	5	5	37
82	3	3	3	3	3	3	3	3	24
83	5	4	5	5	5	5	4	5	38



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

84	4	5	4	5	5	5	4	4	36
85	5	4	5	5	5	5	5	4	38
86	5	5	4	5	4	5	5	5	38
87	4	4	4	4	4	3	5	3	31
88	5	4	3	4	5	3	3	4	31
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	5	4	4	4	5	5	4	4	35
91	5	5	5	5	4	4	5	5	38
92	5	5	5	4	4	5	5	5	38
93	5	5	4	5	5	5	5	5	39
94	4	4	5	5	5	3	5	5	36
95	5	5	5	5	5	5	5	4	39
96	4	5	5	5	4	4	5	5	37
97	4	5	5	5	4	5	4	4	36
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	5	5	4	5	4	4	5	5	37
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Hasil Kuesioner Variabel

Res	Keputusan Menabung				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	5	5	5	4	19
2	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	12
4	5	4	5	4	18
5	5	3	5	5	18
6	4	2	4	4	14
7	5	5	4	5	19
8	3	3	3	3	12
9	4	4	4	4	16
10	4	5	4	5	18
11	4	4	3	3	14
12	5	4	4	5	18
13	5	5	5	5	20
14	3	3	3	3	12
15	3	3	3	3	12
16	3	3	4	3	13
17	3	3	4	3	13
18	4	3	3	4	14
19	3	4	3	3	13
20	4	5	5	4	18
21	4	5	5	5	19
22	3	3	3	3	12
23	4	3	4	3	14
24	4	4	5	4	17
25	4	4	4	4	16
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	5	17



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

28	3	4	4	4	15
29	3	3	3	3	12
30	5	5	5	4	19
31	4	3	3	3	13
32	4	3	4	3	14
33	3	3	3	3	12
34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	4	16
36	5	5	4	5	19
37	5	4	5	5	19
38	5	5	5	5	20
39	3	4	3	3	13
40	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	20
42	5	4	4	4	17
43	5	3	4	4	16
44	5	5	5	4	19
45	3	3	3	3	12
46	5	3	4	3	15
47	4	2	3	5	14
48	5	4	4	3	16
49	4	5	3	4	16
50	5	3	4	5	17
51	4	5	5	4	18
52	3	4	4	4	15
53	3	4	3	4	14
54	3	3	3	3	12
55	3	3	3	4	13
56	5	5	5	5	20
57	3	3	3	3	12
58	5	5	5	5	20
59	3	3	3	3	12
60	3	4	3	3	13
61	4	5	4	5	18
62	3	4	4	3	14
63	5	5	5	5	20
64	3	3	3	3	12
65	4	4	4	4	16
66	5	5	5	5	20
67	3	3	3	3	12
68	4	4	4	3	15
69	5	4	3	4	16
70	4	4	4	4	16
71	3	3	3	4	13
72	4	4	5	5	18
73	4	3	3	3	13
74	4	5	4	5	18
75	5	4	5	4	18
76	5	5	5	5	20
77	4	5	4	5	18



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

78	5	5	5	5	20
79	4	5	5	4	18
80	5	4	4	4	17
81	4	5	4	4	17
82	3	3	3	3	12
83	4	3	5	5	17
84	5	3	5	4	17
85	4	5	4	5	18
86	5	5	4	5	19
87	3	3	3	3	12
88	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	20
90	5	1	4	5	15
91	4	5	3	4	16
92	5	4	4	5	18
93	5	5	5	3	18
94	5	4	5	3	17
95	4	5	5	4	18
96	3	4	4	3	14
97	5	1	2	5	13
98	4	4	4	4	16
99	5	3	5	5	18
100	5	5	5	5	20

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

RES_1		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77930843
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.068
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Promosi Social Media	.981	1.019
	Harga	.981	1.019

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.056	.961		-.059	.953
	Promosi Social Media	.022	.023	.099	.979	.330
	Harga	.020	.021	.094	.925	.357

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.031	1.467		.021	.983
	Promosi Social Media	.362	.035	.687	10.418	.000
	Harga	.128	.033	.258	3.916	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.031	1.467		.021	.983
	Promosi Social Media	.362	.035	.687	10.418	.000
	Harga	.128	.033	.258	3.916	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	444.612	2	222.306	68.800	.000 ^b
	Residual	313.428	97	3.231		
	Total	758.040	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Harga, Promosi Social Media

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.587	.578	1.79756

a. Predictors: (Constant), Harga, Promosi Social Media

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. Nama Mahasiswa | : Jasmine Allykha Salsabila |
| 2. NIM | : 2104421058 |
| 3. Program Studi | : Keuangan dan Perbankan Terapan |
| 4. Judul Tugas Akhir/Skripsi | : Pengaruh Promosi <i>Social Media</i> dan Harga Terhadap Keputusan Menabung Pada Tabungan Simpedes BRI |
| 5. Dosen Pembimbing | : Heri Abrianto, S.E., M.M. |

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	20 Februari 2025	Revisi Bab I	
2.	27 Februari 2025	Revisi Bab I	
3.	5 Maret 2025	Revisi Bab I	
4.	17 Maret 2025	Revisi Bab II	
5.	10 April 2025	ACC Bab I Revisi Bab II	
6.	15 April 2025	Revisi Bab III	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,

RISET, DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425

Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035

Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting

Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

7.	21 April 2025	ACC s/d BAB III	
8.	4 Juli 2025	ACC s/d BAB V	

Menyetujui KPS Keuangan dan Perbankan Terapan
Depok, 4 Juli 2025

Heri Abrianto, S.E., M.M.
NIP. 196510051997021001