



© 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

SKRIPSI TERAPAN

PENGARUH PERSEPSI TINGKAT SUKU BUNGA TABUNGAN DAN *REFERRAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI KROM BANK



Disusun Oleh:
Alya Dwi Febriyanti/2104421074

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**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 PERSEPSI TINGKAT SUKU BUNGA
TABUNGAN DAN *REFERRAL MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG DI KROM BANK**



Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program
Studi Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

Disusun Oleh:
Alya Dwi Febriyanti/2104421074

**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 mengumumkan 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 : Alya Dwi Febriyanti

NIM : 2104421074

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, 07 Juli 2025



Alya Dwi Febriyanti

NIM. 2104421074



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 PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Alya Dwi Febriyanti
NIM : 2104421074
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan
Referral Marketing Terhadap Keputusan Menabung
di Krom Bank

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Efriyanto S.E., M.M.
Anggota Penguji : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 07/07/2025



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 SIDANG

Nama : Alya Dwi Febriyanti
NIM : 2104421074
Jurusan / Program Studi : Akuntansi/Keuangan dan Perbankan Terapan
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan *Referral Marketing* Terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank

Disetujui oleh Pembimbing

Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.
NIP. 2196211161992032001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Diketahui Oleh
Ketua Program Studi

Keuangan dan Perbankan Terapan

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



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan *Referral Marketing* Terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak sejak masa perkuliahan hingga tahap akhir. Meskipun berbagai tantangan dihadapi, berkat arahan, semangat, dan doa yang diberikan, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsyurizal, 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 Keuangan dan Perbankan Terapan.
4. Ibu Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan kepada penulis selama proses pembuatan skripsi.
5. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama kegiatan perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Cahyo Mulyono dan Ibu Kustianah, yang senantiasa memberikan doa dan dukungan tanpa henti demi kebaikan penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang tulus menjadi sumber kekuatan penulis hingga dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan kesehatan, umur panjang, dan kebahagiaan yang melimpah, agar dapat terus menyaksikan setiap langkah dan pencapaian dalam perjalanan hidup penulis ke depan.
7. Atika Nurul Chasanah, terima kasih atas segala doa dan dukungan moril yang kakak berikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



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

8. Teman-teman seperjuangan BKT 8C dan semua teman di kampus, yang sudah saling support dan berbagi cerita selama masa kuliah.
9. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada teman-teman seperbimbingan yaitu Shelli, Arya, Nursyahbani, Evi, Ikrar, Tara, Anggi, Muhap, Yuski dan Ervina atas kebersamaan dengan sharing informasi selama proses bimbingan.
10. Terima kasih kepada teman-teman Vanada dan Cakwe atas dukungan moral dan semangat yang selalu diberikan dalam penyusunan skripsi ini. Terutama untuk Vina yang selalu hadir setiap kali penulis merasa ragu dengan diri sendiri dan tak pernah lelah memberi semangat.
11. Terima kasih kepada Waber, yaitu Ellena dan Destia, yang selalu memberikan dukungan dan berbagi cerita di tengah perjuangan menyelesaikan skripsi masing-masing.
12. Terima kasih kepada Calista, Linar, Arin dan Alma yang telah memberikan warna dalam perjalanan perkuliahan penulis selama empat tahun terakhir serta selalu memberikan semangat.
13. Dan yang terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, tidak pernah menyerah, dan terus berjuang hingga sejauh ini. Terima kasih telah memilih untuk tetap melangkah, meski tidak selalu mudah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari berbagai pihak agar skripsi ini bisa diperbaiki dan dikembangkan menjadi lebih baik.

Depok, 26 Juni 2025

Penulis

Alya Dwi Febriyanti

NIM. 2104421074



© 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 : Alya Dwi Febriyanti
NIM : 2104421074
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 Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan *Referral Marketing* Terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank”

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 : 07 Juli 2025

Yang menyatakan

(Alya Dwi Febriyanti)



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

Alya Dwi Febriyanti
Keuangan dan Perbankan Terapan

Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan *Referral Marketing* Terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank

ABSTRAK

Perbankan digital terus mengalami perkembangan pesat, sehingga berbagai bank berlomba-lomba menyediakan produk dan layanan yang menarik agar nasabah tertarik untuk menabung. Krom Bank menawarkan suku bunga tabungan yang kompetitif serta strategi *referral marketing* yang dirancang untuk menarik nasabah untuk menabung. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi tingkat suku bunga tabungan dan *referral marketing* sebagai variabel independen terhadap keputusan menabung nasabah sebagai variabel dependen. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik purposive sampling untuk memilih responden yang sesuai kriteria. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan melalui sosial media. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank digital Krom yang memiliki tabungan aktif, sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 125 orang nasabah. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tingkat suku bunga tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Selain itu, strategi *referral marketing* juga memberikan pengaruh positif yang signifikan dalam memengaruhi keputusan menabung nasabah. Kedua variabel tersebut secara simultan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung.

Kata Kunci: Bank Digital, Keputusan Menabung, Krom Bank, *Referral Marketing*, Suku Bunga Tabungan.



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

Alya Dwi Febriyanti
Keuangan dan Perbankan Terapan

The Influence of Perceived Savings Interest Rates and *Referral Marketing* on the Decision to Save at Krom Bank

ABSTRACT

Digital banking continues to experience rapid development, prompting various banks to compete in providing attractive products and services to attract customers to save. Krom Bank offers competitive savings interest rates and referral marketing strategies designed to attract customers to save. This study aims to examine the effect of perceptions of savings interest rates and referral marketing as independent variables on customer savings decisions, serving as the dependent variable. The method used is quantitative, utilizing a purposive sampling technique to select respondents who meet the criteria. Primary data was collected through questionnaires distributed through social media. The population in this study consisted of Krom digital bank customers with active savings, and the sample comprised 125 customers. Data analysis was conducted using the SPSS 27 application and multiple linear regression. The results showed that the perception of savings interest rates had a positive and significant influence on saving decisions. In addition, the referral marketing strategy also has a positive and significant influence on customer saving decisions. Both variables are simultaneously proven to have a significant influence on saving decisions.

Keywords: *Digital Banking, Krom Bank, Referral Marketing, Saving Decision, Savings Interest Rate*



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 SIDANG	v
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Consumer Behaviour</i>	11
2.1.2 <i>Perception</i>	12
2.1.3 <i>Perception of Interest Rates</i> (Persepsi Tingkat Suku Bunga)	13
2.1.4 <i>Electronic word of mouth</i>	14
2.1.5 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.1.6 <i>Referral Marketing</i>	17
2.1.7 Keputusan Menabung	18
2.1.8 Transformasi Digitalisasi Perbankan	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis Penelitian	25



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 3	METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Objek Penelitian	28
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6	Variabel Operasional	30
3.7	Metode Analisis Data.....	32
3.7.1	Uji Instrumen Data	32
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.7.4	Uji Hipotesis.....	35
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1	Hasil Penelitian	36
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.1.2	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	37
4.1.3	Karakteristik Responden Menurut Domisili	38
4.1.4	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	39
4.1.5	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	40
4.1.6	Karakteristik Responden Menurut Pendapatan.....	41
4.2	Hasil Uji Instrumen Data	41
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	42
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	43
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	44
4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
4.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
4.4	Hasil Regresi Linear Berganda	48
4.5	Hasil Uji Hipotesis	49
4.5.1	Hasil Uji T (Parsial).....	49
4.5.2	Hasil Uji F (Simultan)	50
4.5.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi	50
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	51



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

4.6.1 Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank	52
4.6.2 Pengaruh <i>Referral Marketing</i> terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank	53
4.6.3 Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan <i>Referral Marketing</i> terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank.	54
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN	62





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 TABEL

Tabel 1. 1 Komponen Simpanan Nasabah Krom Bank Tahun 2023-2024	3
Tabel 1. 2 Simpanan Tabungan Krom Bank Per Triwulan Tahun 2024.....	7
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert	30
Tabel 3. 2 Variabel Operasional.....	30
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas.....	43
Tabel 4. 3 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Glesjer	47
Tabel 4. 6 Hasil Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji T (Parsial)	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji F (Simultan).....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51

**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 GAMBAR

Gambar 1. 1 Suku Bunga Tabungan Bank Digital 2024.....	4
Gambar 1. 2 Referral “Ajak Teman” Krom Bank	6
Gambar 2. 1 Kerangka Landasan Teori.....	11
Gambar 2. 2 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	19
Gambar 2. 3 Tahap-Tahap Otomatisasi Perbankan.....	21
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	37
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Domisili	38
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	39
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	40
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan	41
Gambar 4. 7 Grafik Normal Probability Plot	44
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram.....	45
Gambar 4. 9 Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastitas	47

**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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu.....	63
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 3 Data Penelitian.....	72
Lampiran 4 Distribusi Data	81
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Data.....	84
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	90
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	91





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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang pesat saat ini mendorong terjadinya digitalisasi di berbagai bidang. Digitalisasi memiliki hubungan erat dengan transformasi digital, yang merupakan proses penerapan teknologi digital secara menyeluruh dalam berbagai aspek bisnis. Proses ini secara fundamental merombak cara organisasi menjalankan aktivitasnya dan meningkatkan nilai yang diberikan kepada pelanggan. Beberapa sektor bisnis mulai menerapkan transformasi digital dalam operasionalnya untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman saat ini. Salah satu sektor bisnis yang menerapkan transformasi digital dalam operasionalnya ialah sektor keuangan dengan munculnya *financial technology* (*fintech*). Menurut Bank Indonesia (2020), *financial technology* merupakan perpaduan antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih modern. Dahulu, proses pembayaran mengharuskan interaksi langsung dan membawa uang tunai, namun kini transaksi dapat dilakukan secara digital dari jarak jauh dengan waktu yang sangat singkat, hanya dalam hitungan detik.

Perkembangan *fintech* mendorong perbankan untuk ikut bertransformasi secara digital, karena bank berperan sebagai fondasi dalam sistem keuangan. Sebagai subsektor jasa keuangan, operasional perbankan sangat penting bagi perekonomian. Dengan hadirnya fenomena perbankan digital, yang didefinisikan sebagai transformasi perbankan menjadi digital, perbankan beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital yang terus berkembang. Digitalisasi sebenarnya sudah lama dikenal dalam dunia perbankan dan bukanlah hal yang baru. Pada tahun 2019, Bank Indonesia memperkenalkan rancangan *blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025. Namun, transformasi digital secara masif mulai diterapkan oleh sejumlah perbankan di Indonesia hingga saat ini. Menurut Rosiana dan Mahardika (2020), dampak dari perkembangan digital terlihat melalui kemunculan perusahaan *fintech* yang menjalankan usahanya seperti bank. Kondisi ini mendorong industri



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

perbankan beradaptasi dengan kemajuan teknologi di era digital. Berbagai bank bersaing menciptakan inovasi digital guna mempertahankan nasabah sekaligus meningkatkan daya saing. Kemajuan teknologi dan inovasi bisnis menjadi pendorong utama transformasi digital perbankan.

Pesatnya perkembangan digitalisasi di sektor perbankan semakin mendorong transformasi industri perbankan, yang ditandai dengan maraknya kemunculan bank digital. Selain itu, beberapa bank juga mengalami peralihan operasional secara menyeluruh menjadi *fully digital* dalam beberapa tahun terakhir (Selular.ID, 2024). Salah satu contoh bank yang bertransformasi penuh menjadi bank digital adalah Krom Bank. Krom Bank yang sebelumnya bernama Bank Bisnis Internasional mulai diakuisisi oleh PT FinAccel Teknologi Indonesia (Kredivo Group) sebesar 40% pada tahun 2021 dan kepemilikannya meningkat menjadi 75% pada tahun 2022. Setelah akuisisi ini pada tahun 2022 bank melakukan *rebranding* dengan mengganti nama menjadi Krom Bank Indonesia. Rebranding ini tidak hanya sebatas pergantian nama, tetapi juga mencakup perubahan strategi dan model operasional yang kini berfokus pada layanan perbankan digital. Krom Bank berkomitmen untuk menyediakan layanan yang lebih cepat, mudah diakses, dan berbasis teknologi guna memenuhi kebutuhan nasabah di era digital dengan meluncurkan aplikasi perbankan digital pada Oktober 2023. Dengan mengusung *tagline* “*Grow Your Money*”, Krom Bank membangun citra sebagai bank digital yang mendorong masyarakat untuk menabung demi mengembangkan dana yang dimiliki (Krom Bank, 2025a).

Sebagai lembaga keuangan yang terus berinovasi mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah, PT Bank Bisnis Internasional Tbk, yang kemudian menjadi Krom Bank Indonesia, menunjukkan transformasi bertahap dalam beberapa tahun terakhir, sebagaimana tercermin dalam laporan keuangannya. Pada tahun 2020, sebelum diakuisisi oleh Kredivo Group, bank masih beroperasi dengan nama Bank Bisnis Internasional, dengan total simpanan nasabah sebesar Rp411.590.845.429. Kemudian pada tahun 2021, ketika mulai diakuisisi oleh Kredivo Group dan masih menggunakan nama Bank Bisnis Internasional, realisasi



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.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

simpanan nasabah turun menjadi Rp386.935.321.628. Kondisi ini berlanjut pada tahun 2022, dengan jumlah simpanan yang kembali menurun menjadi Rp233.306.885.310. Namun, pada tahun 2022 ini bank secara resmi melakukan *rebranding* menjadi Krom Bank Indonesia dan mulai merancang proses transformasi digital. Perubahan mulai terlihat pada tahun 2023, ketika Krom Bank meluncurkan aplikasi digital pada Oktober dan sepenuhnya bertransformasi menjadi bank digital, yang berdampak pada peningkatan simpanan nasabah menjadi Rp347.559.223.378. Tren positif ini terus berlanjut hingga tahun 2024, dengan lonjakan simpanan yang sangat signifikan mencapai Rp3.158.776.148.397, hampir sepuluh kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya (Krom Bank, 2025b).

Perubahan positif ini juga tercermin pada seluruh komponen Simpanan Nasabah atau Dana Pihak Ketiga (DPK) yang menunjukkan kinerja sangat baik pada periode 2023 dan 2024, setelah transformasi menjadi bank digital. Berikut adalah tabel yang menggambarkan perubahan positif tersebut secara lebih jelas.

Tabel 1. 1 Komponen Simpanan Nasabah Krom Bank Tahun 2023-2024

Tahun	Produk (dalam Rupiah)			Total Simpanan Nasabah (DPK)
	Deposito	Tabungan	Giro	
2023	298.453.554.595	43.317.639.416	5.788.029.367	347.559.223.378
2024	2.650.459.740.792	496.140.110.771	12.176.296.834	3.158.776.148.397
Persentase YoY (%)	788,06%	1045,35%	110,37%	808,85%

Sumber : Laporan Triwulan IV 2024 (Data Diolah)

Pada Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa secara nominal, deposito masih menjadi kontributor terbesar terhadap total simpanan nasabah di Krom Bank. Namun, jika dilihat dari persentase peningkatan *year-on-year* (yoy), produk tabungan mencatatkan pertumbuhan yang paling signifikan, yaitu lebih dari sepuluh kali lipat. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan keputusan nasabah untuk menabung di Krom Bank. Peningkatan ini dapat menjadi indikasi bahwa nasabah tidak hanya tertarik, tetapi juga telah memutuskan untuk menempatkan dana mereka dalam bentuk tabungan.

Keputusan menabung dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh bank (Astuti & Mustikawati,

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

2013). Persepsi tingkat suku bunga adalah bagaimana seorang individu atau kelompok menilai atau memahami tingkat suku bunga, termasuk bagaimana informasi tentang suku bunga dipahami dan dibuat bermakna bagi mereka. Menurut Dewi dan Sariyani (2022), suku bunga yang tinggi cenderung mendorong masyarakat untuk lebih tertarik menabung, karena mereka melihat adanya manfaat finansial yang lebih besar. Dalam situasi seperti ini, sebagian orang mungkin akan mulai menyisihkan penghasilan atau mengurangi pengeluaran konsumtif untuk menambah jumlah tabungan. Sebaliknya, ketika suku bunga rendah, kecenderungan untuk menabung bisa menurun karena dianggap kurang menguntungkan.

Dalam menetapkan suku bunganya, Bank mengacu pada *BI-Rate* atau suku bunga acuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. Disamping itu, bank juga mempertimbangkan variasi suku bunga yang ditetapkan oleh bank lain agar dapat bersaing. Hal yang sama juga diterapkan oleh Krom Bank dalam menentukan strategi suku bunga mereka guna menarik lebih banyak nasabah.

Bank Digital	Tabungan (p.a)
Krom Bank	6%
Bank Neo	5%
Superbank	6%
Allo Bank	4%
Seabank	3,75%
Bank Jago	2,50%
Jenius	2,50%
Bank Saqu	0,50%
Bank Raya	0,50%
BCA Digital	3%

Gambar 1. 1 Suku Bunga Tabungan Bank Digital 2024
Sumber : Artikel Kontan

Berdasarkan data yang disajikan oleh Octaviano (2024) dalam artikel kontan, Krom Bank menawarkan suku bunga tabungan sebesar 6% per tahun, yang dalam persepsi sebagian masyarakat dianggap menarik karena menjanjikan imbal hasil lebih tinggi dibandingkan bank lain. Persepsi masyarakat terhadap bunga tinggi cenderung positif karena dianggap sebagai kesempatan untuk menambah keuntungan dari tabungan mereka. Namun, suku bunga sebesar 6% per tahun tersebut berada di atas batas tingkat bunga penjaminan yang ditetapkan oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), yaitu sebesar 4,25% per tahun. Persepsi

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

masyarakat terhadap tingkat bunga yang dijamin oleh LPS bersifat beragam. Sebagian memandangnya sebagai bentuk perlindungan yang memberikan rasa aman terhadap simpanan, sementara sebagian lainnya menganggap tingkat bunga tersebut terlalu rendah dan kurang menarik. Oleh sebab itu, sebagian besar masyarakat cenderung memilih tingkat bunga di atas batas penjaminan meskipun simpanannya tidak dijamin oleh LPS.

Penelitian Yolanda et al. (2022) menyatakan bahwa persepsi mengenai suku bunga simpanan memengaruhi keputusan seseorang dalam menabung. Temuan ini mengindikasikan bahwa pandangan nasabah terkait tingkat suku bunga yang dianggap menguntungkan dapat mendorong mereka untuk mengambil keputusan dalam menyimpan dana di bank. Namun penelitian yang dilakukan oleh Klasjok et al. (2018) menyatakan bahwa suku bunga tidak mempengaruhi nasabah menabung pada masyarakat di Papua Barat. Maka dari itu, suku bunga yang sudah ditetapkan bisa jadi berpengaruh ataupun tidak terhadap keputusan nasabah karena bank digital saat ini sedang bersaing meningkatkan produk mereka dan belum ada yang menguji.

Selain suku bunga yang ditetapkan oleh bank, faktor lain yang perlu diperhatikan adalah strategi pemasaran melalui *Referral Marketing*. Menurut Berman (2016), *Referral Marketing* merupakan strategi pemasaran dari mulut ke mulut yang sengaja dirancang oleh perusahaan dengan memberikan insentif kepada pelanggan agar mereka merekomendasikan produk atau layanan kepada keluarga, teman, atau kenalan mereka serta mendorong mereka untuk menjadi pelanggan baru. Schmitt et al. (2011) menyatakan bahwa *Referral Marketing* memiliki tiga karakteristik utama. Pertama, program ini dikelola secara aktif dan diawasi langsung oleh perusahaan. Kedua, interaksi sosial antara pelanggan menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Ketiga, perusahaan memberikan insentif kepada pelanggan yang telah ada sebagai bentuk apresiasi sekaligus dorongan agar mereka dapat mengajak pelanggan baru.

Konsep *Referral Marketing* telah diterapkan oleh bank-bank digital, seperti “Strategi Ajak Teman” BluBCA dalam penelitian Nurani et al. (2024), yang terbukti

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

efektif dalam meningkatkan jumlah pengguna. Kini, strategi serupa juga diterapkan oleh Krom Bank dengan memberikan insentif sebagai upaya untuk menarik lebih banyak nasabah untuk menabung dan meningkatkan daya saing di industri perbankan digital. Strategi ini memanfaatkan *electronic word of mouth* (eWOM) untuk memperluas jangkauan pemasaran. Melalui eWOM, informasi mengenai program *referral* dapat tersebar lebih cepat dan luas, memungkinkan nasabah membagikannya dengan mudah kepada teman atau keluarga.



Gambar 1. 2 Referral "Ajak Teman" Krom Bank
Sumber : Instagram Resmi Krom.bank

Strategi *Referral Marketing* Krom Bank dipromosikan melalui Instagram resmi sejak November 2024 (Krom.bank, 2024). Dalam program "Ajak Teman" yang diselenggarakan oleh Krom Bank, menawarkan dua jenis insentif bagi pengguna yang berhasil mengajak teman untuk bergabung. Skema pertama memberikan bonus sebesar Rp50.000 per orang jika teman yang diajak menyetor minimal Rp300.000 dalam tujuh hari pertama dan mempertahankannya hingga hari ke-38. Skema kedua menawarkan insentif sebesar Rp150.000 per orang jika setoran awal mencapai minimal Rp2.000.000 dalam periode yang sama. Apabila semua syarat telah dipenuhi, pengguna dan orang yang diajak akan mendapatkan insentif sesuai dengan ketentuan program. Melalui insentif yang diberikan, Krom Bank tidak hanya berupaya menarik nasabah baru, tetapi juga mendorong nasabah agar lebih aktif menabung demi memenuhi ketentuan program *referral* tersebut.

Berdasarkan penelitian Manasikana et al. (2024), program *referral* memiliki dampak yang signifikan terhadap *purchase intention*. Semakin efektif penerapan program *referral*, semakin besar pula peningkatan *purchase intention*. Namun,



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

penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Mardiana (2023) mengungkapkan bahwa *Referral Marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *buying decision*. Maka dari itu, *Referral Marketing* yang dilakukan oleh Krom Bank bisa jadi berpengaruh ataupun tidak terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan menabung nasabah di bank digital, terutama terkait dengan suku bunga tabungan dan *Referral Marketing*. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan dengan judul **“Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan *Referral Marketing* terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, produk tabungan Krom Bank menunjukkan pertumbuhan yang paling signifikan dibandingkan dengan produk deposito dan giro. Untuk memberikan gambaran lebih jelas, berikut data jumlah simpanan tabungan Krom Bank selama satu tahun terakhir, yang terbagi berdasarkan triwulan:

Tabel 1. 2 Simpanan Tabungan Krom Bank Per Triwulan Tahun 2024

Triwulan	Simpanan Tabungan (Dalam Jutaan Rupiah)	Persentase (%)
I	93.668	-
II	184.716	97,20%
III	301.468	63,21%
IV	496.140	64,57%

Sumber: Laporan Keuangan Triwulan Periode 2024 Krom Bank (Data Diolah)

Tabel 1.2, menunjukkan tren simpanan tabungan per triwulan yang meningkat. Peningkatan ini mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap produk tabungan Krom Bank, serta menunjukkan adanya aktivitas menabung, baik dari nasabah lama yang menambah saldo maupun dari nasabah baru yang mulai membuka rekening.

Penelitian Yolanda et al. (2022) di bank BRI unit Selayo membuktikan bahwa persepsi suku bunga berdampak pada keputusan menabung. Tetapi disisi lain, penelitian tentang pengaruh suku bunga di bank digital belum banyak dikaji,



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.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sehingga penelitian ini ingin menguji pengaruh persepsi suku bunga terhadap keputusan menabung di bank digital. Selain itu, penelitian oleh Nurani et al. (2024) membuktikan bahwa strategi *Referral Marketing* seperti program "Ajak Teman" Blu BCA berhasil meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Blu by BCA, namun pengaruh *Referral Marketing* terhadap keputusan menabung belum banyak diteliti.

Dengan berkembangnya bank digital maka topik ini sangat penting untuk diteliti lebih lanjut, karena dapat meningkatkan keputusan menabung nasabah khususnya pada bank digital baru seperti Krom Bank.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank?
2. Apakah *Referral Marketing* berpengaruh terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank?
3. Apakah Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan *Referral Marketing* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian, oleh sebab itu yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Referral Marketing* terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan *Referral Marketing* secara bersama-sama terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan hasil yang didapatkan nantinya dapat memberikan manfaat dan kontribusi secara teoritis dan praktis seperti:



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.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan dan memberikan kontribusi sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, wawasan mengenai peran tingkat suku bunga tabungan dan *Referral Marketing* dalam menentukan preferensi nasabah dalam memilih bank untuk menabung.

2. Manfaat Secara Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh penyedia layanan bank digital, khususnya Krom Bank, dalam upaya menarik lebih banyak nasabah untuk menabung. Dengan pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung, strategi pemasaran dan inovasi yang lebih baik dapat dikembangkan oleh perusahaan di masa mendatang. Selain itu, wawasan yang diperoleh dari penelitian ini juga dapat diberikan kepada pengguna bank digital agar mereka dapat lebih bijak dalam memilih dan memanfaatkan layanan keuangan sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai isi penelitian, penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian yang menjadi dasar pemikiran serta alasan utama dilaksanakannya penelitian ini. Pada bagian ini, dirumuskan masalah yang akan diteliti, dijelaskan tujuan penelitian yang ingin dicapai, serta diuraikan manfaat penelitian bagi berbagai pihak, seperti akademisi dan praktisi. Selain itu, bab ini juga menguraikan sistematika penulisan sebagai pedoman dalam memahami keseluruhan isi penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab II membahas tinjauan pustaka yang menjadi dasar teori dalam penelitian, meliputi teori-teori yang relevan serta studi-studi sebelumnya yang dijadikan referensi. Selain itu, dalam bab ini disusun kerangka pemikiran yang menjelaskan



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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

keterkaitan antar variabel yang diteliti, serta hipotesis yang diajukan berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, mulai dari jenis penelitian yang dipilih, objek penelitian yang dikaji, metode pengambilan sampel, hingga sumber data yang digunakan. Selain itu, dibahas juga teknik pengumpulan datanya serta metode analisis data yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV menyajikan hasil penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan. Hasil analisis dipaparkan secara sistematis untuk mengungkap hubungan antarvariabel, kemudian dibandingkan dengan teori dan penelitian terdahulu guna memperjelas temuan. Selain itu, hipotesis yang telah diajukan dievaluasi berdasarkan hasil pengujian statistik untuk menentukan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan penelitian yang merangkum temuan utama berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Selain itu, disampaikan juga rekomendasi untuk penelitian berikutnya.



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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas tentang bagaimana pengaruh persepsi tingkat suku bunga tabungan dan *referral marketing* mempengaruhi keputusan menabung, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Persepsi tingkat suku bunga tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Krom Bank. Persepsi positif terhadap tingkat suku bunga tabungan sebesar 6% per tahun yang ditawarkan oleh Krom Bank terbukti mendorong nasabah untuk lebih aktif menabung. Suku bunga tersebut dipandang sebagai peluang investasi yang menguntungkan dan memberikan imbal hasil lebih tinggi dibandingkan bank lain.
- b. *Referral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Krom Bank. Strategi *referral marketing* yang diterapkan oleh Krom Bank melalui program "Ajak Teman", dengan insentif antara Rp50.000 hingga Rp150.000, dinilai sangat efektif dalam menjangkau calon nasabah baru melalui *electronic word of mouth* (eWOM) yang mampu menyebarkan informasi secara luas dan cepat, sehingga memperkuat kepercayaan dan ketertarikan nasabah untuk menabung di Krom Bank.
- c. Persepsi tingkat suku bunga tabungan dan *referral marketing* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di Krom Bank. Kedua variabel ini saling berkaitan dan mempengaruhi perilaku menabung, melalui pertimbangan yang matang terhadap keuntungan finansial dari tingkat suku bunga yang kompetitif serta promosi referral yang menawarkan insentif berupa cashback. Kombinasi keduanya berkontribusi secara signifikan dalam membentuk kecenderungan nasabah untuk menempatkan dananya di Krom Bank.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Untuk meningkatkan daya saing produk tabungan dan memperkuat posisi di pasar perbankan digital yang semakin kompetitif, diperlukan upaya pengoptimalan



© 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

persepsi nasabah terhadap tingkat suku bunga yang kompetitif melalui penyampaian informasi yang transparan, menarik, dan mudah diakses di berbagai platform digital. Selain itu, pengembangan program *Referral Marketing* sebaiknya tidak hanya mengandalkan insentif berupa *cashback*, melainkan juga mempertimbangkan variasi insentif lain seperti poin *reward*, *voucher*, potongan biaya layanan, atau akses eksklusif yang dapat menarik minat beragam segmen nasabah. Penerapan konsep gamifikasi dalam layanan digital juga dapat menjadi strategi inovatif untuk meningkatkan keterlibatan dan pengalaman menabung nasabah secara lebih interaktif dan menyenangkan.

Di sisi lain, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel yang diteliti dengan memasukkan aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kualitas layanan digital, keamanan transaksi, serta tingkat literasi keuangan digital. Fokus pada kelompok pengguna yang melek teknologi, seperti generasi milenial dan generasi Z, juga penting untuk mendapatkan gambaran yang lebih spesifik mengenai perilaku menabung di era digital. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif dalam pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan layanan perbankan digital secara keseluruhan.

**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 PUSTAKA

- Arifin, Moh., Muhtadi, R., Mi'raj, D. A., Fatimah, S., & Hannan, Abd. (2023). Determinants of Customer Decisions to Save at Sharia Digital Banks. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 7(2), 182–193. <https://doi.org/10.30983/es.v7i2.7608>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.
- Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH). (2020). *Fintech Indonesia: Annual Member Survey 2019/2020*.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, II(1), 182–198.
- Bank Indonesia. (2020, December 11). *Mengenal Financial Teknologi*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Bank Indonesia. (2024). *Memahami Suku Bunga Acuan BI: Kunci Ambil Keputusan Keuangan yang Tepat*. <https://www.bi.go.id/>.
- Bawono, L. D. (2022). The Feasibility of Referral Reward for Serey to Enter the Indonesian Market. *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(4), 1–15.
- Berman, B. (2016). *Referral Marketing: Harnessing the power of your customers*. *Business Horizons*, 59(1), 1–28. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.08.001>
- Boediono. (2014). *Ekonomi Makro*. Bpfe.
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2012). What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms. *Decision Support Systems*, 53(1), 218–225. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.01.015>
- Dewi, E. K., Ray, E. L., & Ardanih, F. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Raya Digital Bank di PT Bank Raya Indonesia Tbk. Jakarta. *Nusantara Hasana Journal*, 2(8), 270–279.
- Dewi, K. trisna S., & Sariyani, L. P. P. (2022). Pengaruh Tingkat Suku Bunga Tabungan, Produk Tabungan Dan Kualitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bpr Indra Candra Singaraja. *Jurnal Artha Satya Dharma*, 15(2), 87–95.
- Firmansyah, Dr. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.



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

- Gea, A. N., & Tjhin, V. U. (2023). E-WOM Referral: A New Factor to Influence Your Customer To Purchase. *KESATRIA: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Manajemen)*, 4(2), 244–254.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- He, W., & Jin, C. (2024). A Study on the Influence of the Characteristics of Key Opinion Leaders on Consumers' Purchase Intention in Live Streaming Commerce: Based on Dual-Systems Theory. *Electronic Commerce Research*, 24(2), 1235–1265. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09651-8>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Kencana.
- Indrajaya, F. A., & Agustina, T. S. (2023). Service Marketing, Referral Marketing, and Trust Icon Corporate to Increase Customer Satisfaction. *Indonesian Business Review*, 6(1), 49–60. <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/ibr/article/view/1015>
- Jeong, E., & Jang, S. (Shawn). (2011). Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word-of-Mouth (eWOM) Motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356–366. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.005>
- Karomah, A. F. N., Karinda, N. F., & Wahjono, S. I. (2025). Persepsi Generasi Z Terhadap Penggunaan Bank Digital Blu Dalam Membentuk Kebiasaan Konsumsi dan Menabung. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 689–700.
- Kharisma, N. I., Totalia, S. A., & Octoria, D. (2024). Pengaruh Pendapatan dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. *Journal on Education*, 6(3), 17817–17829.
- Klasjok, K., Rotinsulu, T. O., & Maramis, M. Th. B. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tabungan Masyarakat pada Bank Umum di Papua Barat (Periode Tahun 2008-2017). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(3), 58–67.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.



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

- Krom Bank. (2025a). *Informasi Perusahaan*. <https://krom.id/informasi-perusahaan/#sejarah>
- Krom Bank. (2025b). *Laporan Keuangan Tahunan*. <https://krom.id/hubungan-investor/#laporan-tahunan>
- Krom.bank. (2024). *Program Referral Bank Krom*. <https://www.instagram.com/p/DCeNTTcPlya/?igsh=MXR1dW12NTR5ZWtnMA==>
- Lacitignola, D. (2021). Handling Hysteresis in a *Referral Marketing* Campaign with Self-Information. Hints from Epidemics. *Mathematics*, 9(6), 1–17. <https://doi.org/10.3390/math9060680>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 73–91.
- Manasikana, A., Lesmana, C. I., & Ulumudiddin, M. I. (2024). Pengaruh Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah terhadap Kepercayaan Nasabah dan Purchase Intension melalui Program Referral di Bank Muamalat KCP Mojokerto. *Variable Research Journal*, 1(2), 649–656.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, Dr. G., Rojati, U., Saloom, Dr. G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, Dr. R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.; 1st ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Nurani, G., Rimenda, T., Juwita, R., & Abrianto, H. (2024). “Ajak Teman” as a Referral Strategy to Persuade Friends to Use Digital Banking.” *KnE Social Sciences*, 647–662. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i14.16135>
- Octaviano, A. (2024). Genjot DPK, Bank Digital Twarkan Bunga Tinggi. *Kontan*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan.aspx>
- Otoritas Jasa keuangan. (2021). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021*. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Bank-Umum/POJK%2012%20-%202003%20-2021.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*.
- Pramanawati, F., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image dan Perceived Usefulness terhadap Repurchase Decision Browser Mozilla Firefox



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

dengan Brand Attitude sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12.

- Rahmat, S. A., & Supriyadi, A. (2024). Pengaruh Suku Bunga Tabungan Dan Fitur Layanan Terhadap Ketertarikan Nasabah Dalam Menggunakan Neobank Mobile. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3.
- Rahmawati, D., & Mardiana, F. (2023). Pengaruh *Referral Marketing*, Online Customer Review dan Promosi terhadap Buying Decision melalui Buying Interest Shopee Food. *JEBS (Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial)*, 1(2), 95–106.
- Rosanti, N., & Hutami, N. (2024). Tingkat Pemahaman Gen Z Mengenai Bank Digital. *Nobel Management Review*, 5(3), 270–281.
- Rosiana, A., & Mahardika, A. S. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance dan Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 5(1), 76–89.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, L. K., & Soliha, E. (2018). Kualitas Layanan, Persepsi Tingkat Suku Bunga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah. *Prosiding SENDI*, 670–676.
- Schmitt, P., Skiera, B., & Bulte, C. Van den. (2011). Referral Programs and Customer Value Article in Journal of Marketing. *Journal of Marketing*, 75, 46–59. <https://doi.org/10.2307/25764294>
- Selular.ID. (2024, August). *Mengapa Semakin Banyak Bank-Bank Konvensional Berubah Menjadi Bank Digital?* <https://selular.id/2024/08/mengapa-semakin-banyak-bank-bank-konvensional-berubah-menjadi-bank-digital/>
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (10th ed.). Prentice Hall.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Supriyadi, D. I., & Sutanto, H. (2018). E-WOM (Electronic Word Of Mouth): Dimensi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Gili Matra di Kabupaten Lombok Utara (KLU). *EKONOBIS*, 4(2), 71–89.



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

Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.

Syafri, R. A. (2021). Transformasi Digital Perbankan dan Dampaknya Terhadap Perekonomian. *Buletin APBN*, VI, 8–11. www.puskajianggaran.dpr.go.id

Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5).

Vuong, B. N., Tung, D. D., Giao, H. N. K., Dat, N. T., & Quan, T. N. (2020). Factors affecting savings deposit decision of individual customers: Empirical evidence from Vietnamese commercial banks. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 293–302. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.293>

Yolanda, N., Putri, R. D., & Anggreni, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan dan Persepsi mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus pada Bank BRI Unit Selayo). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(5), 2161–2180.

Yunita, Ni. (2020). Pengaruh Gender dan Kemampuan Akademis terhadap Literasi Keuangan dalam Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 1.

**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



Lampiran 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nia Yolanda, Rita Dwi Putri, Nidia Anggreni (2022) <i>Journal of Innovation Research and Knowledge</i>	Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan, dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus pada Bank BRI Unit Selayo)	Metode kuantitatif, kuesioner kepada 100 responden, analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS	Pengetahuan produk tabungan tidak berpengaruh signifikan, citra perbankan dan persepsi suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.	Sama-sama meneliti pengaruh persepsi suku bunga terhadap keputusan menabung, penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi nasabah terhadap suku bunga simpanan yang diberikan oleh bank, maka semakin kuat juga keputusan untuk menabung.	Jurnal ini meneliti bank konvensional (Bank BRI Unit Selayo), tidak berfokus pada bank digital.
2	Bui Nhat Vuong, Dao Duy Tung, Ha Nam Khanh Giao, Ngo Tan Dat, Tran Nhu Quan (2020) <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i>	Factors Affecting Savings Deposit Decision of Individual Customers: Empirical Evidence from Vietnamese Commercial Banks	Metode kuantitatif, survei terhadap 403 individu, analisis regresi berganda dengan SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan menabung adalah bentuk promosi, diikuti oleh merek bank, kualitas layanan, suku bunga, serta pengetahuan dan sikap karyawan. Pendapatan nasabah juga memengaruhi keputusan menabung.	Sama-sama meneliti pengaruh suku bunga terhadap keputusan menabung. Dalam penelitian ini, suku bunga termasuk salah satu faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menyimpan dana di bank.	Jurnal ini meneliti bank konvensional di Vietnam, tidak fokus pada bank digital. Selain itu, jurnal ini meneliti pemasaran tetapi tidak menggunakan program <i>Referral Marketing</i> .

3	Syifa Ardelia Rahmat, Agus Supriyadi (2024) <i>Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen</i>	Pengaruh Suku Bunga Tabungan Dan Fitur Layanan Terhadap Ketertarikan Nasabah Dalam Menggunakan Neobank Mobile	Metode kuantitatif, kuesioner kepada 100 responden, analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS	Suku bunga tabungan dan fitur layanan berpengaruh positif terhadap ketertarikan nasabah	Sama-sama meneliti pengaruh suku bunga dalam perbankan digital. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa suku bunga tabungan menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian nasabah.	Jurnal ini menggunakan variabel Y Ketertarikan Nasabah terhadap bank digital, sedangkan penelitian penulis ini menggunakan variabel Y Keputusan Menabung di bank digital
4	Laksamana Darmawan Bawono (2022) <i>Diponegoro Journal of Accounting</i>	The Feasibility of Referral Reward for Serey to Enter the Indonesian Market	Studi kelayakan dengan analisis jurnal dan survei kuesioner, analisis deskriptif	Referral reward efektif untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan citra merek	Sama-sama meneliti <i>Referral Marketing</i> sebagai strategi pemasaran. Penelitian ini menunjukkan bahwa program referral dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan memperkuat brand awareness.	Jurnal ini membahas <i>Referral Marketing</i> dalam konteks cryptocurrency dan e-wallet, bukan dalam perbankan digital
5	Angela Novianti Gea, Viany Utami Tjhin (2023)	E-WOM Referral: A New Factor to Influence Your	Metode kuantitatif, kuesioner kepada 137 responden, analisis SEM-PLS	Kualitas informasi dan referral e-WOM berpengaruh	Sama-sama meneliti <i>Referral Marketing</i> sebagai faktor yang memengaruhi keputusan	Jurnal ini membahas <i>Referral Marketing</i>

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

	KESATRIA: <i>Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Manajemen)</i>	Customer Purchase To		signifikan terhadap niat membeli	pelanggan. Penelitian ini menemukan bahwa e-WOM referral memiliki dampak kuat terhadap keputusan pembelian.	melalui e-WOM di media sosial (Instagram), tidak meneliti <i>Referral Marketing</i> dalam perbankan digital
6	Gifti Nurani, Tetty Rimenda, Ratna Juwita, Heri Abrianto (2024) <i>8th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference</i>	"Ajak Teman" as a Referral Strategy to Persuade Friends to Use Digital Banking	Metode kuantitatif, kuesioner kepada 148 responden, analisis PLS-SEM menggunakan SmartPLS	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program referral yang menggunakan (eWOM) melalui empat dimensi yaitu concern for others, economic incentives, helping the company, and expressing positive emotions, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan oleh pelanggan Generasi Z.	Sama-sama meneliti <i>Referral Marketing</i> dalam perbankan digital. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi referral dengan insentif dapat meningkatkan keputusan penggunaan layanan perbankan digital.	Jurnal ini menggunakan variabel Y Keputusan Penggunaan terhadap bank digital, sedangkan penelitian penulis ini menggunakan variabel Y Keputusan Menabung di bank digital

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

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Para Responden,

Perkenalkan, saya Alya Dwi Febriyanti, mahasiswi Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk penyusunan Skripsi dengan judul:

“Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan *Referral Marketing* terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk menabung, khususnya pada layanan perbankan digital seperti Krom Bank.

Seluruh data dalam survei ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini. Waktu pengisian survei ini sekitar 5–10 menit.

Apabila terdapat pertanyaan terkait kuesioner ini, dapat menghubungi saya melalui:

alya.dwi.febriyanti.ak21@mhs.w.pnj.ac.id

Terima kasih banyak sudah meluangkan waktunya.

Screening Question :

1. Apakah Anda sudah menjadi nasabah Krom Bank lebih dari 6 bulan?
2. Apakah Anda mengetahui tingkat suku bunga tabungan yang ditawarkan oleh Krom Bank?
3. Apakah Anda pernah mendengar atau mengikuti program Referral pada Krom Bank?

Profil Responden :

1. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan

© 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

2. Usia :
 - 18 Tahun - 23 Tahun
 - 24 Tahun - 29 Tahun
 - 30 Tahun - 34 Tahun
 - > 35 Tahun
3. Domisili :
 - Jabodetabek
 - Luar Jabodetabek
 - Luar Pulau Jawa
4. Pendidikan Terakhir :
 - SMA/SMK
 - Diploma (D1/D2/D3)
 - Sarjana (S1/D4)
 - Pascasarjana (S2/S3)
 - Yang lain :
5. Pekerjaan :
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Karyawan Swasta
 - Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 - Ibu Rumah Tangga
 - Freelancer/Pekerja Lepas
 - Yang lain :
6. Pendapatan :
 - < 1.000.000
 - 1.000.000 – 3.000.000
 - 3.000.001 – 5.000.000
 - 5.000.001 – 10.000.000
 - 10.000.001 – 20.000.000
 - > 20.000.000
7. No. Handphone (untuk dihubungi jika terpilih mendapatkan hadiah) :

Petunjuk Pengisian

1. Isilah identitas secara lengkap dan benar.
2. Bacalah dengan seksama setiap butir pertanyaan/ Pernyataan.
3. Pilihlah salah satu alternatif jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan keadaan yang Anda alami.

Setiap pernyataan akan dinilai menggunakan skala likert sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Pernyataan

I. Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Exposure					
1.	Saya sering melihat iklan resmi Krom Bank yang menampilkan tingkat suku bunga tabungan di media sosial.					
2.	Konten tentang suku bunga tabungan Krom Bank sering saya temukan melalui postingan resmi akun media sosialnya.					
3.	Saya memperoleh informasi suku bunga Krom Bank dari unggahan influencer di media sosial.					
4.	Saya membaca komentar atau opini orang lain mengenai suku bunga tabungan Krom Bank di media sosial.					
	Attention					
5.	Saya memperhatikan detail tingkat suku bunga tabungan Krom Bank saat melihat iklannya di media sosial.					
6.	Konten suku bunga tabungan Krom Bank yang ditampilkan di media sosial terlihat menarik bagi saya.					
7.	Saya mengamati informasi suku bunga Krom Bank yang disampaikan oleh influencer di media sosial.					

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8.	Saya merasa tertarik dengan suku bunga tabungan Krom Bank setelah membaca komentar atau opini di media sosial.					
	Interpretation					
9.	Menurut saya, suku bunga Krom Bank lebih tinggi dibandingkan produk tabungan bank digital lainnya.					
10.	Saya menganggap suku bunga tabungan Krom Bank lebih menguntungkan.					
11.	Menurut saya, suku bunga tabungan Krom Bank yang tinggi memberikan peluang investasi.					
12.	Suku bunga Krom Bank yang kompetitif memotivasi saya untuk menabung lebih banyak.					

II. Referral Marketing (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Concern For Other					
1.	Saya menganggap unggahan nasabah lama di media sosial tentang menabung melalui program <i>e-referral</i> Krom Bank sebagai bentuk kepedulian dalam berbagi informasi.					
2.	Saya merasakan kepedulian orang lain saat mereka merekomendasikan untuk menabung di Krom Bank melalui program <i>e-referral</i> .					
3.	Saya lebih yakin menabung di Krom Bank setelah mengetahui testimoni dari nasabah lama melalui program <i>e-referral</i> .					
	Economic Incentives					
4.	Saya mendapat bonus atau cashback dari program <i>e-referral</i> setelah menabung di Krom Bank.					
5.	Saya merasa program <i>e-referral</i> Krom Bank menguntungkan saya dalam membuka tabungan.					
6.	Insentif dari program <i>e-referral</i> menjadi alasan saya membuka tabungan di Krom Bank.					
	Helping The Company					
7.	Saya terdorong untuk membantu mempromosikan produk tabungan Krom Bank melalui program <i>e-referral</i> .					
8.	Saya ingin membagikan pengalaman positif saya menabung di Krom Bank melalui program <i>e-referral</i> .					



© 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

9.	Program <i>e-referral</i> membuat saya ingin berkontribusi mengenalkan produk tabungan Krom Bank.					
	Expressing Positive					
10.	Saya merasa program <i>e-referral</i> Krom Bank membuat menabung jadi lebih menyenangkan.					
11.	Saya merasa senang ketika mengajak orang lain menabung di Krom Bank melalui program <i>e-referral</i> .					
12.	Saya merasa antusias saat diajak menabung melalui program <i>e-referral</i> Krom Bank.					

III. Keputusan Menabung

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Pengenalan Kebutuhan					
1.	Saya merasa perlu memiliki tabungan di Krom Bank untuk mencapai tujuan keuangan di masa depan.					
2.	Saya menyadari pentingnya memiliki tabungan di Krom Bank sebagai persiapan menghadapi kondisi darurat.					
3.	Saya melihat tabungan di Krom Bank sebagai langkah awal untuk mengelola keuangan dengan baik.					
	Pencarian Informasi					
4.	Sebelum memutuskan menabung, saya mencari informasi mengenai produk tabungan Krom Bank.					
5.	Melalui informasi yang diperoleh, saya dapat memahami produk tabungan Krom Bank yang ditawarkan.					
6.	Saya mencari ulasan atau pengalaman orang lain di media sosial sebelum memutuskan menabung di Krom Bank.					
	Evaluasi Alternatif					
7.	Saya membandingkan produk tabungan Krom Bank dengan produk serupa dari bank lain.					
8.	Saya mempertimbangkan menabung di Krom Bank karena menawarkan suku bunga yang kompetitif.					
9.	Saya memilih Krom Bank karena memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya dalam menabung.					
	Pengambilan Keputusan					

© 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

10.	Saya memutuskan untuk membuka rekening tabungan di Krom Bank setelah mempertimbangkan manfaatnya.					
11.	Saya yakin menabung di Krom Bank adalah keputusan tepat karena memberikan keuntungan bagi saya.					
12.	Saya merasa keputusan untuk memilih Krom Bank sebagai tempat menabung sudah sesuai dengan kebutuhan saya.					
	Perilaku Pasca Menabung					
13.	Saya merasa puas dengan pengalaman menabung di Krom Bank.					
14.	Saya berencana untuk terus menabung di Krom Bank dalam jangka waktu yang panjang.					
15.	Saya bersedia merekomendasikan tabungan Krom Bank karena fiturnya cocok untuk menabung.					

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 3 Data Penelitian

1. Variabel Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan (X1)

Resp	Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan (X1)											
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
1	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4
2	5	4	5	3	5	3	5	3	5	5	4	5
3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	2	3	1	3	4	2	3	5	2	3
5	3	4	2	4	4	4	2	4	5	4	4	4
6	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3	3	4
7	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4
8	4	5	3	5	4	4	5	4	5	3	3	4
9	2	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
10	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5
11	2	2	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
12	4	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3
13	4	3	4	4	4	5	2	4	4	5	5	4
14	1	3	2	3	4	2	4	3	4	5	4	4
15	2	3	4	3	2	4	4	3	2	3	2	3
16	3	4	5	4	4	2	3	4	4	5	4	4
17	2	4	3	2	3	4	5	4	4	5	4	4
18	3	2	4	4	3	5	4	4	5	5	3	4
19	2	2	3	4	3	2	4	4	5	4	3	1
20	2	2	3	4	5	3	4	4	4	4	4	5
21	4	5	2	5	5	5	2	4	4	5	5	5
22	2	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	1
23	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5
24	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4
25	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4
26	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	2
27	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	4	3
28	3	3	3	4	4	3	3	4	4	5	3	3
29	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4
30	4	4	2	3	5	5	2	3	4	5	4	5
31	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
32	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
33	4	2	2	4	5	5	4	4	3	4	5	5
34	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5
35	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
36	5	5	2	3	4	5	5	3	4	5	5	4
37	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5
38	2	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4
39	3	4	2	5	4	5	4	5	4	3	4	4
40	1	3	2	4	3	4	4	4	4	4	5	4

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

41	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
42	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
43	2	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5
44	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	2	4
45	4	5	4	4	5	3	4	5	4	2	4	5
46	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
47	4	4	5	4	4	3	4	5	2	4	4	3
48	2	2	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4
49	2	4	3	4	4	2	4	5	4	4	4	4
50	3	2	4	4	3	4	5	4	2	4	4	3
51	4	4	2	3	5	4	4	3	4	5	4	4
52	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4
53	4	4	4	5	4	3	4	4	2	4	4	5
54	3	3	2	4	4	5	4	4	4	5	3	3
55	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4
56	5	5	1	5	3	2	1	2	3	2	3	3
57	3	4	5	4	4	3	5	5	5	5	3	5
58	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	3
59	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
60	4	5	4	5	4	4	5	1	5	1	4	5
61	3	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4
62	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
63	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	5	4	3	3	5	4	4	3	2	3
66	4	5	3	3	4	5	4	5	3	5	5	5
67	1	4	5	2	4	5	5	4	4	1	4	5
68	4	5	2	4	4	4	1	4	4	3	4	5
69	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5
70	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
71	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5
72	4	4	4	3	4	5	4	2	3	4	5	4
73	4	3	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4
74	2	1	4	3	4	5	4	5	2	5	4	3
75	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4
76	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5
77	2	3	2	4	4	3	5	4	5	2	4	4
78	2	3	2	4	3	2	4	3	4	4	3	3
79	4	5	4	3	4	4	5	5	3	4	4	5
80	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
81	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	3	4
82	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
83	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4
84	4	4	5	4	3	5	3	4	5	4	4	5
85	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4



© 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

86	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
87	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
88	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4
89	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4
90	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3
91	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4
92	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4
93	4	4	5	2	4	5	4	5	5	5	5	5
94	3	4	4	2	4	4	5	3	5	4	4	3
95	5	5	2	4	4	4	2	4	3	3	4	4
96	4	4	5	5	5	5	5	2	4	3	4	2
97	5	4	5	4	4	5	4	3	2	4	3	4
98	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
99	4	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5
100	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4
101	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5
102	4	5	4	4	5	3	4	4	2	4	5	4
103	5	3	4	2	2	4	4	4	5	3	4	5
104	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
105	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4
106	2	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	2
107	2	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4
108	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	5	4
109	2	3	4	2	4	5	4	4	3	4	5	4
110	3	4	3	4	5	4	2	3	4	5	4	4
111	4	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	3
112	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5
113	2	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5
114	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4
115	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5
116	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
117	4	4	5	5	4	4	4	5	5	2	4	3
118	2	2	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4
119	2	4	4	2	5	5	3	4	4	5	5	4
120	4	4	2	4	5	4	3	4	3	3	4	4
121	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5
122	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4
123	4	4	5	3	5	4	3	3	2	5	4	4
124	4	5	2	4	5	5	2	4	5	4	5	5
125	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3

2. Variabel Referral Marketing (X2)



© 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

Resp	Referral Marketing (X2)											
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
1	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
2	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	2	3	4	5	3	2	5	4	5	3
5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
6	5	3	5	3	3	4	4	5	4	4	4	3
7	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
8	2	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4
9	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4
10	4	3	5	5	4	3	5	4	4	5	3	4
11	4	3	5	4	4	5	2	3	3	4	4	5
12	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
13	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3
14	4	4	5	4	4	4	5	3	4	2	4	4
15	4	5	4	4	4	2	4	3	5	3	4	2
16	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3
17	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4
18	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
19	5	4	4	5	5	1	3	4	2	3	3	4
20	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	2	4
21	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
22	1	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
23	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
24	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5
25	5	4	4	5	3	4	3	4	4	5	3	4
26	4	3	4	3	4	3	2	3	2	4	3	3
27	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	5	4
28	3	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
29	4	5	5	5	5	3	2	5	4	5	4	4
30	3	4	3	5	4	5	2	3	5	4	3	4
31	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	5	4	5	5	4	2	4	3	5	4	5
33	4	4	5	5	4	3	2	2	3	4	1	5
34	4	5	3	5	4	5	5	4	3	5	4	5
35	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3
36	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4
37	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5
38	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4
39	4	4	5	4	5	5	4	4	2	4	5	4
40	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	2



© 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

41	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
42	5	4	5	5	4	4	2	4	3	5	5	4
43	2	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4
44	3	2	3	4	5	4	4	4	4	2	3	4
45	4	3	5	3	4	5	4	2	4	5	4	4
46	2	4	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4
47	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
48	3	4	5	4	3	4	4	5	2	3	4	5
49	5	3	4	4	3	5	4	3	2	3	4	4
50	4	3	4	2	4	4	3	5	4	4	4	4
51	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4
52	5	4	4	3	2	4	5	4	4	5	4	4
53	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	3
54	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4	5	4
55	5	4	3	4	5	2	3	5	4	4	5	3
56	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4
58	4	4	4	2	3	4	5	5	4	4	5	5
59	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	2	4
60	3	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	3
61	4	3	5	4	5	4	4	3	3	5	4	5
62	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
63	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
64	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4
65	1	1	3	5	4	4	4	5	3	5	4	3
66	4	5	4	4	5	3	5	4	3	5	5	4
67	4	4	5	2	4	5	2	4	4	5	5	4
68	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4
69	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
70	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
71	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
72	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3
73	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3
74	4	5	4	4	3	4	2	4	5	5	5	4
75	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5
76	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4
77	4	3	5	4	3	3	3	4	5	5	4	4
78	4	3	4	5	4	4	3	4	4	2	4	4
79	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4
80	5	3	3	4	4	5	4	4	4	2	4	3
81	5	4	2	3	4	4	4	5	3	4	4	5
82	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3
83	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4
84	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4
85	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4



© 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

86	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4
87	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4
88	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
89	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4
90	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4
91	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4
92	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
93	4	4	5	5	5	5	2	2	3	4	4	3
94	4	5	3	4	4	3	5	5	4	3	5	4
95	4	4	5	4	4	4	2	4	2	4	2	4
96	1	4	4	5	4	4	4	4	5	2	5	4
97	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
98	5	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5
101	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
102	4	5	4	3	4	5	5	2	2	4	3	4
103	5	4	4	3	4	5	2	3	4	5	5	5
104	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
105	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
106	4	5	3	4	4	5	2	4	4	3	2	3
107	4	5	5	4	4	5	4	3	4	2	3	4
108	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	2
109	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4
110	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
111	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4
112	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3
113	5	4	3	4	4	5	3	4	4	5	5	4
114	5	4	4	4	3	5	4	4	5	2	4	5
115	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
117	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
118	4	5	3	3	3	2	4	4	5	4	2	4
119	5	4	3	5	4	3	5	5	3	4	5	2
120	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
121	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4
122	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
123	4	3	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5
124	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
125	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

3. Variabel Keputusan Menabung (Y)

Resp	Keputusan Menabung (Y)														
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15
1	5	4	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5
2	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	5	3	4	5	4	3	2	3	5	3	4	2	1	3
5	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	2	3
6	3	3	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4
7	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
8	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	3	5
9	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
10	5	4	4	5	4	3	4	5	3	5	5	4	5	3	4
11	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3
12	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
13	4	4	4	5	4	4	3	4	2	4	3	4	5	4	4
14	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4
15	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	2	3
16	4	5	4	5	3	4	4	2	4	3	3	4	4	2	3
17	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3
18	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
19	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	2	4
20	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
21	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
22	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	5	4	2	4	2	4	4	5	5	4	5	5	5	5
25	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	3	3
26	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3
27	5	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	2	5
28	4	3	4	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	3	5	5	5
30	3	2	4	5	4	4	2	4	4	4	5	4	5	3	4
31	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	3	2	1	4	4	5	4	5	4	3	5	5
33	4	4	4	5	4	1	2	4	5	3	5	4	5	3	4
34	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
35	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
36	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
37	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
38	2	4	4	5	4	5	5	3	2	4	4	4	5	4	4
39	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	2	3
40	2	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	2	3
41	3	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	2	3
42	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4
43	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	3	2	4
44	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	2	4
45	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4



© 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

46	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5
47	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3
48	4	5	4	3	4	4	5	2	3	4	3	4	4	2	2
49	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	2	2
50	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	2	3	2	3
51	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4
52	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4
53	5	5	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	4
54	4	3	4	5	4	4	3	2	3	4	4	5	3	4	4
55	4	5	4	5	3	4	3	4	4	5	4	3	5	4	4
56	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	3	5	2	4	4	4	5	4	3	5	5	5	3	5
58	5	5	4	4	2	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5
59	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2
60	4	5	3	4	5	3	4	5	3	1	2	3	5	3	4
61	3	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	5
62	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
63	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
64	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
65	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	3
66	5	4	3	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4
67	4	4	2	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
68	5	5	5	5	4	4	2	2	4	5	4	4	5	5	5
69	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
71	4	5	3	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5
72	3	4	5	4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	5	4
73	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	3	3	4	2	3
74	2	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4
75	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
76	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	3	4	5	4
77	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4
78	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4
79	5	4	5	4	3	4	4	5	2	3	4	4	5	4	3
80	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
81	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4
82	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
83	4	5	4	4	3	4	5	2	4	4	5	4	4	4	4
84	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	2	3	4	5
85	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
86	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3
87	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
88	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5
89	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
90	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4



© 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

91	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4
92	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
93	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4
94	5	4	5	3	2	4	4	5	3	5	5	4	4	3	2
95	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5
96	2	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	2	4
97	4	5	4	5	4	5	5	2	4	4	4	4	5	4	4
98	3	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4
99	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
100	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5
101	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3
102	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	2
103	4	4	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
105	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5
106	5	5	4	3	4	4	5	2	3	4	4	3	3	1	4
107	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4
108	4	5	4	3	5	4	4	5	4	3	2	3	4	2	4
109	5	4	4	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	3
110	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	3	5
111	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4
112	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5
113	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4
114	5	4	4	3	4	4	5	4	4	2	3	4	5	2	3
115	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5
116	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
117	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4
118	3	3	4	5	5	4	5	5	3	4	5	3	3	3	3
119	3	2	4	5	5	2	5	5	4	4	5	2	3	2	3
120	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3
121	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	3
122	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4
123	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
124	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4



© 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 4 Distribusi Data

Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan (X1)							
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
Exposure							
1	Saya sering melihat iklan resmi Krom Bank yang menampilkan tingkat suku bunga tabungan di media sosial.	3	22	17	64	19	3,59
2	Konten tentang suku bunga tabungan Krom Bank sering saya temukan melalui postingan resmi akun media sosialnya.	1	8	24	55	37	3,95
3	Saya memperoleh informasi suku bunga Krom Bank dari unggahan influencer di media sosial.	2	19	19	52	33	3,76
4	Saya membaca komentar atau opini orang lain mengenai suku bunga tabungan Krom Bank di media sosial.	0	10	20	68	27	3,90
Attention							
5	Saya memperhatikan detail tingkat suku bunga tabungan Krom Bank saat melihat iklannya di media sosial.	1	2	20	67	35	4,06
6	Konten suku bunga tabungan Krom Bank yang ditampilkan di media sosial terlihat menarik bagi saya.	0	6	21	56	42	4,07
7	Saya mengamati informasi suku bunga Krom Bank yang disampaikan oleh influencer di media sosial.	3	7	17	63	35	3,96
8	Saya merasa tertarik dengan suku bunga tabungan Krom Bank setelah membaca komentar atau opini di media sosial.	1	4	17	72	31	4,02
Interpretation							
9	Menurut saya, suku bunga Krom Bank lebih tinggi dibandingkan produk tabungan bank digital lainnya.	0	9	22	60	34	3,95
10	Saya menganggap suku bunga tabungan Krom Bank lebih menguntungkan.	2	4	19	61	39	4,05
11	Menurut saya, suku bunga tabungan Krom Bank yang tinggi memberikan peluang investasi.	0	4	14	70	37	4,12
12	Suku bunga Krom Bank yang kompetitif memotivasi saya untuk menabung lebih banyak.	2	3	18	61	41	4,09



© 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

Referral Marketing (X2)							
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
Concern For Other							
1	Saya menganggap unggahan nasabah lama di media sosial tentang menabung melalui program <i>e-referral</i> Krom Bank sebagai bentuk kepedulian dalam berbagi informasi.	3	3	10	68	41	4,13
2	Saya merasakan kepedulian orang lain saat mereka merekomendasikan untuk menabung di Krom Bank melalui program <i>e-referral</i> .	1	2	22	62	38	4,07
3	Saya lebih yakin menabung di Krom Bank setelah mengetahui testimoni dari nasabah lama melalui program <i>e-referral</i> .	0	3	17	56	49	4,21
Economic Incentives							
4	Saya mendapat bonus atau cashback dari program <i>e-referral</i> setelah menabung di Krom Bank.	0	3	21	58	43	4,13
5	Saya merasa program <i>e-referral</i> Krom Bank menguntungkan saya dalam membuka tabungan.	0	1	12	64	48	4,27
6	Insentif dari program <i>e-referral</i> menjadi alasan saya membuka tabungan di Krom Bank.	1	3	12	62	47	4,21
Helping The Company							
7	Saya terdorong untuk membantu mempromosikan produk tabungan Krom Bank melalui program <i>e-referral</i> .	0	14	16	58	37	3,94
8	Saya ingin membagikan pengalaman positif saya menabung di Krom Bank melalui program <i>e-referral</i> .	0	5	22	60	38	4,05
9	Program <i>e-referral</i> membuat saya ingin berkontribusi mengenalkan produk tabungan Krom Bank.	0	8	19	61	37	4,02
Expressing Positive							
10	Saya merasa program <i>e-referral</i> Krom Bank membuat menabung jadi lebih menyenangkan.	0	7	13	63	42	4,12
11	Saya merasa senang ketika mengajak orang lain menabung di Krom Bank melalui program <i>e-referral</i> .	1	5	21	60	38	4,03
12	Saya merasa antusias saat diajak menabung melalui program <i>e-referral</i> Krom Bank.	0	4	18	73	30	4,03



© 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

Keputusan Menabung (Y)							
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
Pengenalan Kebutuhan							
1	Saya merasa perlu memiliki tabungan di Krom Bank untuk mencapai tujuan keuangan di masa depan.	0	5	13	63	44	4,17
2	Saya menyadari pentingnya memiliki tabungan di Krom Bank sebagai persiapan menghadapi kondisi darurat.	0	2	14	66	43	4,20
3	Saya melihat tabungan di Krom Bank sebagai langkah awal untuk mengelola keuangan dengan baik.	0	1	11	75	38	4,20
Pencarian Informasi							
4	Sebelum memutuskan menabung, saya mencari informasi mengenai produk tabungan Krom Bank.	0	2	12	54	57	4,33
5	Melalui informasi yang diperoleh, saya dapat memahami produk tabungan Krom Bank yang ditawarkan.	0	3	13	67	42	4,18
6	Saya mencari ulasan atau pengalaman orang lain di media sosial sebelum memutuskan menabung di Krom Bank.	2	3	12	65	43	4,15
Evaluasi Alternatif							
7	Saya membandingkan produk tabungan Krom Bank dengan produk serupa dari bank lain.	0	3	12	64	46	4,22
8	Saya mempertimbangkan menabung di Krom Bank karena menawarkan suku bunga yang kompetitif.	0	8	10	67	40	4,11
9	Saya memilih Krom Bank karena memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya dalam menabung.	0	5	19	63	38	4,07
Pengambilan Keputusan							
10	Saya memutuskan untuk membuka rekening tabungan di Krom Bank setelah mempertimbangkan manfaatnya.	1	1	17	57	49	4,22
11	Saya yakin menabung di Krom Bank adalah keputusan tepat karena memberikan keuntungan bagi saya.	0	2	16	67	40	4,16
12	Saya merasa keputusan untuk memilih Krom Bank sebagai tempat menabung sudah sesuai dengan kebutuhan saya.	0	3	19	71	32	4,06
Perilaku Pasca Menabung							
13	Saya merasa puas dengan pengalaman menabung di Krom Bank.	0	1	18	53	53	4,26
14	Saya berencana untuk terus menabung di Krom Bank dalam jangka waktu yang panjang.	2	19	23	50	31	3,71
15	Saya bersedia merekomendasikan tabungan Krom Bank karena fiturnya cocok untuk menabung.	0	5	28	60	32	3,95

Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Data

1. Variabel Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan (X1)

a. Uji Validitas (N=30)

		Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.510**	.358	.148	.097	.292	.064	.181	.246	.078	.152	.147	.515**
	Sig. (2-tailed)		.004	.052	.434	.610	.118	.738	.339	.191	.683	.422	.437	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.510**	1	.165	-.194	.411*	.185	-.102	-.011	-.005	.440*	.295	.347	.467**
	Sig. (2-tailed)	.004		.384	.303	.024	.327	.591	.953	.981	.015	.114	.060	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.358	.165	1	.332	.049	.264	.404*	.347	.444*	.201	.315	.538**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.052	.384		.073	.796	.159	.027	.060	.014	.287	.090	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.148	-.194	.332	1	.010	.227	.453*	.326	.371*	-.046	.230	.140	.496**
	Sig. (2-tailed)	.434	.303	.073		.959	.227	.012	.078	.044	.808	.222	.461	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.097	.411*	.049	.010	1	.241	.141	-.040	-.096	.157	.387*	.247	.392*
	Sig. (2-tailed)	.610	.024	.796	.959		.200	.456	.835	.613	.406	.034	.188	.032
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.292	.185	.264	.227	.241	1	.126	.109	.374*	.018	.386*	.411*	.564**
	Sig. (2-tailed)	.118	.327	.159	.227	.200		.508	.566	.042	.925	.035	.024	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.064	-.102	.404*	.453*	.141	.126	1	.284	.247	.267	.153	.046	.483**
	Sig. (2-tailed)	.738	.591	.027	.012	.456	.508		.128	.188	.154	.419	.808	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.181	-.011	.347	.326	-.040	.109	.284	1	.178	.061	-.142	.454*	.437*
	Sig. (2-tailed)	.339	.953	.060	.078	.835	.566	.128		.348	.749	.455	.012	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.246	-.005	.444*	.371*	-.096	.374*	.247	.178	1	.263	.394*	.320	.592**
	Sig. (2-tailed)	.191	.981	.014	.044	.613	.042	.188	.348		.160	.031	.085	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.078	.440*	.201	-.046	.157	.018	.267	.061	.263	1	.082	.215	.414*
	Sig. (2-tailed)	.683	.015	.287	.808	.406	.925	.154	.749	.160		.665	.255	.023
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



- 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

X1.11	Pearson Correlation	.152	.295	.315	.230	.387*	.386*	.153	-.142	.394*	.082	1	.424*	.571**
	Sig. (2-tailed)	.422	.114	.090	.222	.034	.035	.419	.455	.031	.665		.019	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	.147	.347	.538**	.140	.247	.411*	.046	.454*	.320	.215	.424*	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.437	.060	.002	.461	.188	.024	.808	.012	.085	.255	.019		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX1	Pearson Correlation	.515**	.467**	.717**	.496**	.392*	.564**	.483**	.437*	.592**	.414*	.571**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.009	<.001	.005	.032	.001	.007	.016	<.001	.023	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	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).

b. Uji Reliabilitas (N=30)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	13

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

2. Variabel *Referral Marketing* (X2)

a. Uji Validitas (N=30)

		Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.428*	.360	.049	.019	.127	.195	.103	.243	.407*	.283	.113	.436*
	Sig. (2-tailed)		.018	.051	.799	.919	.503	.301	.588	.196	.026	.129	.554	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.428*	1	.385*	.339	.341	.175	.468**	.345	.271	.575**	.508**	.421*	.728**
	Sig. (2-tailed)	.018		.035	.067	.065	.356	.009	.062	.147	<.001	.004	.020	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.360	.385*	1	-.193	.494**	-.043	.459*	.185	.277	.510**	.652**	.489**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.051	.035		.306	.006	.822	.011	.329	.139	.004	<.001	.006	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.049	.339	-.193	1	.044	.358	.179	.285	.314	.115	.203	.170	.410*
	Sig. (2-tailed)	.799	.067	.306		.817	.052	.345	.128	.091	.545	.283	.368	.024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.019	.341	.494**	.044	1	.025	.487**	.105	-.142	.442*	.326	.408*	.475**
	Sig. (2-tailed)	.919	.065	.006	.817		.897	.006	.579	.453	.014	.078	.025	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.127	.175	-.043	.358	.025	1	.048	.198	.361	.108	.146	.191	.383*
	Sig. (2-tailed)	.503	.356	.822	.052	.897		.801	.295	.050	.571	.442	.311	.037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.195	.468**	.459*	.179	.487**	.048	1	.453*	.383*	.380*	.574**	.595**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.301	.009	.011	.345	.006	.801		.012	.037	.038	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.103	.345	.185	.285	.105	.198	.453*	1	.395*	.295	.280	.345	.571**
	Sig. (2-tailed)	.588	.062	.329	.128	.579	.295	.012		.031	.113	.134	.062	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.243	.271	.277	.314	-.142	.361	.383*	.395*	1	.230	.562**	.301	.608**
	Sig. (2-tailed)	.196	.147	.139	.091	.453	.050	.037	.031		.222	.001	.106	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.407*	.575**	.510**	.115	.442*	.108	.380*	.295	.230	1	.636**	.419*	.683**
	Sig. (2-tailed)	.026	<.001	.004	.545	.014	.571	.038	.113	.222		<.001	.021	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



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

X2.11	Pearson Correlation	.283	.508**	.652**	.203	.326	.146	.574**	.280	.562**	.636**	1	.650**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.129	.004	<.001	.283	.078	.442	<.001	.134	.001	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.113	.421*	.489**	.170	.408*	.191	.595**	.345	.301	.419*	.650**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.554	.020	.006	.368	.025	.311	<.001	.062	.106	.021	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX2	Pearson Correlation	.436*	.728**	.611**	.410*	.475**	.383*	.746**	.571**	.608**	.683**	.804**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.016	<.001	<.001	.024	.008	.037	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

b. Uji Reliabilitas (N=30)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	13

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Variabel Keputusan Menabung (Y)

a. Uji Validitas (N=30)

		Correlations															
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	TotalY
Y.1	Pearson Correlation	1	.184	.220	.015	-.052	.072	.121	.351	.325	.156	.351	.324	-.063	.109	-.137	.383*
	Sig. (2-tailed)		.331	.243	.939	.783	.705	.524	.057	.080	.412	.057	.081	.742	.567	.470	.037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.184	1	.479**	.452*	.147	.430*	.152	.264	.346	.376*	.281	-.077	.390*	.145	.101	.547**
	Sig. (2-tailed)	.331		.007	.012	.439	.018	.423	.159	.061	.041	.132	.687	.033	.445	.596	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.220	.479**	1	.216	.310	.100	.323	.440*	.647**	.639**	.400*	.311	.342	.102	.136	.661**
	Sig. (2-tailed)	.243	.007		.251	.096	.599	.082	.015	<.001	<.001	.028	.094	.064	.590	.473	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.015	.452*	.216	1	.258	.340	.126	-.043	.231	.255	.432*	-.138	.411*	.000	.195	.429*
	Sig. (2-tailed)	.939	.012	.251		.169	.066	.508	.821	.219	.174	.017	.466	.024	1.000	.302	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	-.052	.147	.310	.258	1	.304	.423*	.485**	.231	.239	.159	.245	.200	.336	.432*	.546**
	Sig. (2-tailed)	.783	.439	.096	.169		.102	.020	.007	.220	.203	.403	.192	.289	.069	.017	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.072	.430*	.100	.340	.304	1	.401*	.131	.160	.146	.299	.264	.372*	.218	.358	.571**
	Sig. (2-tailed)	.705	.018	.599	.066	.102		.028	.489	.398	.443	.109	.159	.043	.247	.052	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.121	.152	.323	.126	.423*	.401*	1	.420*	.261	.220	.382*	.523**	.125	.475**	.472**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.524	.423	.082	.508	.020	.028		.021	.163	.242	.037	.003	.510	.008	.008	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.351	.264	.440*	-.043	.485**	.131	.420*	1	.366*	.236	.152	.401*	.050	.234	-.051	.545**
	Sig. (2-tailed)	.057	.159	.015	.821	.007	.489	.021		.047	.209	.424	.028	.795	.214	.788	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	.325	.346	.647**	.231	.231	.160	.261	.366*	1	.330	.102	.473**	.411*	.153	.242	.606**
	Sig. (2-tailed)	.080	.061	<.001	.219	.220	.398	.163	.047		.075	.593	.008	.024	.420	.198	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.10	Pearson Correlation	.156	.376*	.639**	.255	.239	.146	.220	.236	.330	1	.308	.136	.269	.055	.038	.501**
	Sig. (2-tailed)	.412	.041	<.001	.174	.203	.443	.242	.209	.075		.098	.474	.151	.775	.842	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang menyalin 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

Y.11	Pearson Correlation	.351	.281	.400*	.432*	.159	.299	.382*	.152	.102	.308	1	.289	.309	.101	.226	.606**
	Sig. (2-tailed)	.057	.132	.028	.017	.403	.109	.037	.424	.593	.098		.121	.097	.596	.230	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.12	Pearson Correlation	.324	-.077	.311	-.138	.245	.264	.523**	.401*	.473**	.136	.289	1	.169	.156	.306	.546**
	Sig. (2-tailed)	.081	.687	.094	.466	.192	.159	.003	.028	.008	.474	.121		.371	.412	.100	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.13	Pearson Correlation	-.063	.390*	.342	.411*	.200	.372*	.125	.050	.411*	.269	.309	.169	1	.106	.392*	.515**
	Sig. (2-tailed)	.742	.033	.064	.024	.289	.043	.510	.795	.024	.151	.097	.371		.576	.032	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.14	Pearson Correlation	.109	.145	.102	.000	.336	.218	.475**	.234	.153	.055	.101	.156	.106	1	.724**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.567	.445	.590	1.000	.069	.247	.008	.214	.420	.775	.596	.412	.576		<.001	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.15	Pearson Correlation	-.137	.101	.136	.195	.432*	.358	.472**	-.051	.242	.038	.226	.306	.392*	.724**	1	.545**
	Sig. (2-tailed)	.470	.596	.473	.302	.017	.052	.008	.788	.198	.842	.230	.100	.032	<.001		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Totally	Pearson Correlation	.383*	.547**	.661**	.429*	.546**	.571**	.699**	.545**	.606**	.501**	.606**	.546**	.515**	.506**	.545**	1
	Sig. (2-tailed)	.037	.002	<.001	.018	.002	<.001	<.001	.002	<.001	.005	<.001	.002	.004	.004	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

b. Uji Reliabilitas (N=30)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	16



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.72116608
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.041
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.874
	99% Confidence Interval	Lower Bound .865
		Upper Bound .883

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.532	4.585		4.696	<.001		
	Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan	.343	.085	.319	4.045	<.001	.802	1.246
	Referral Marketing	.491	.093	.414	5.255	<.001	.802	1.246

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.639	2.690		2.468	.015
	Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan	-.032	.050	-.065	-.650	.517
	Referral Marketing	-.078	.055	-.142	-1.431	.155

a. Dependent Variable: LN_RES



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.532	4.585		4.696	<.001
	Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan	.343	.085	.319	4.045	<.001
	Referral Marketing	.491	.093	.414	5.255	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

2. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.532	4.585		4.696	<.001
	Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan	.343	.085	.319	4.045	<.001
	Referral Marketing	.491	.093	.414	5.255	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

3. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1102.962	2	551.481	39.184	<.001 ^b
	Residual	1717.038	122	14.074		
	Total	2820.000	124			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Referral Marketing, Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan

4. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	.391	.381	3.752

a. Predictors: (Constant), Referral Marketing, Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan



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 : Alya Dwi Febriyanti
2. NIM : 2104421074
3. Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
4. Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Tingkat Suku Bunga Tabungan dan Referral Marketing terhadap Keputusan Menabung di Krom Bank
5. Dosen Pembimbing : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	4 Maret 2025	Pengajuan topik skripsi mengenai pengaruh suku bunga dan referral marketing	Ta
2.	14 Maret 2025	Revisi latar belakang agar lebih fokus pada fenomena terkini di perbankan digital	Ta
3.	8 April 2025	Perbaikan rumusan masalah agar sesuai dengan variabel dan arah penelitian	Ta
4.	10 April 2025	Pengajuan kerangka teori untuk bab 2	Ta
5.	16 April 2025	Revisi Bab 1 meliputi latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian	Ta
6.	22 April 2025	Perbaikan kembali latar belakang dan rumusan masalah berdasarkan arahan dosen	Ta
7.	27 April 2025	Acc bab 1 dan pengajuan kerangka teori baru yang lebih relevan	Ta
8.	28 April 2025	Konsultasi revisi Bab 2 mengenai kerangka teori, dan disetujui	Ta
9.	30 April 2025	Konsultasi bab 3 metode penelitian dan disetujui	Ta
10.	20 Mei 2025	Pengajuan draft kuesioner untuk uji validitas dan reliabilitas	Ta
11.	26 Mei 2025	Revisi kuesioner sesuai saran dosen terkait kejelasan dan keterukuran pernyataan	Ta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

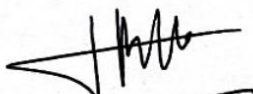
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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

12.	3 Juni 2025	Google Form kuesioner disetujui untuk disebarkan	Ja
13.	25 Juni 2025	Konsultasi Bab 4 (hasil dan analisis data) berdasarkan hasil olah data SPSS	Ja
14.	26 Juni 2025	Revisi Bab 4 (hasil penelitian) dan Bab 5 (kesimpulan dan saran) telah dikonsultasikan dan disetujui	Ja

Menyetujui KPS Keuangan dan Perbankan Terapan
Depok, 30 Juni 2025


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