

**PERILAKU MENABUNG MASYARAKAT DITINJAU DARI INKLUSI  
KEUANGAN, PRODUK TABUNGAN DAN PELAYANAN  
(Studi Kasus di PT. BPR Guna Daya Boyolali)**

**Anis Dhanikafuri<sup>(1)</sup>, Sudarwati<sup>(2)</sup>, Fithri Setya Marwati<sup>(3)</sup>**

Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta

E-mail : anisdhanika4@gmail.com<sup>(1)</sup>, sudarwatiuniba@gmail.com<sup>(2)</sup>,

fithri\_marwati@yahoo.com<sup>(3)</sup>.

**Abstract :** *The purpose of this study is to analyze the simultaneous or partial influence of financial inclusion, savings products and services at PT. BPR For Boyolali Power. This type of research is quantitative descriptive. The population of this study are people who are customers of PT. BPR Guna Daya (856). The sample consisted of 100 respondents. Data obtained by conducting a questionnaire with accidental sampling techniques. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. F test results prove that financial inclusion, savings products and services simultaneously affect the behavior of people saving at PT. BPR For Power, where the value of F count = 26.292 > Ftable = 2.70 with a significance value of 0.000 < 0.05. T test results show that inclusion has a positive and significant influence on people's saving behavior with t = 2.791 > 1,660, a significant value of 0.006 < 0.05. Savings products have a positive and significant influence on people's saving behavior with t = 2.282 > 1.660 and significant 0.025 < 0.05. service has a positive and significant effect on people's saving behavior with t arithmetic = 2.311 > 1.660 and significant 0.023 < 0.05*

**Keywords:** *financial inclusion, savings products and services*

**Abstrak :** *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh simultan atau parsial inklusi keuangan, produk tabungan dan pelayanan di PT. BPR Guna Daya Boyolali. Jenis penelitian ini termasuk deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah orang-orang yang merupakan nasabah PT. BPR Guna Daya (856). Sampel terdiri dari 100 responden. Data diperoleh dengan melakukan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel tidak disengaja. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji F membuktikan bahwa inklusi keuangan, produk tabungan dan pelayanan secara simultan memengaruhi perilaku menabung masyarakat di took PT. BPR Guna Daya, di mana nilai F count = 26,292 > Ftable = 2,70 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil uji t menunjukkan inklusi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat dengan t = 2,791 > 1,660 nilai signifikan 0,006 < 0,05. Produk tabungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat dengan t = 2,282 > 1,660 dan signifikan 0,025 < 0,05. pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat dengan t hitung = 2,311 > 1,660 dan signifikan 0,023 < 0,05*

**Kata kunci :** *inklusi keuangan, produk tabungan dan pelayanan*

## **1. PENDAHULUAN**

Kesadaran menabung dikalangan masyarakat dirasa masih rendah, perilaku masyarakat dalam menabung selama ini hanya dilakukan ketika terdapat kelebihan pendapatan setelah konsumsi tercukupi. Apabila kita telaah lagi peranan menabung dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara ini sangat penting. (Ummah, 2015)

Sektor perbankan juga menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan nasional dan dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi. Bank merupakan lembaga perantara keuangan yang dapat menghubungkan pihak yang memiliki modal dengan pihak yang membutuhkan modal. Fungsi bank sebagai lembaga perantara keuangan dapat mengurangi biaya transaksi, pembagian risiko, dan informasi simetris (Ummah, Nuryartono dan Anggraeni, 2015)

Perantara keuangan memiliki peranan penting dalam meningkatkan efisiensi ekonomi karena membantu pasar keuangan Program ini dibentuk untuk mendukung pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan dan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dalam Strategi Nasional Keuangan Inklusif, strategi keuangan inklusif dijabarkan dalam 6 pilar yaitu edukasi keuangan, fasilitas keuangan publik, pemetaan informasi keuangan, kebijakan/peraturan pendukung, fasilitas intermediasi dan distribusi, serta perlindungan konsumen. Salah satu tujuan dari strategi tersebut adalah menjadikan strategi keuangan inklusif sebagai bagian dari strategi besar pembangunan ekonomi, penanggulangan kemiskinan, pemerataan pendapatan dan stabilitas sistem keuangan. Keuangan yang semakin inklusif dapat memberikan akses terhadap jasa keuangan yang lebih luas bagi setiap penduduk, terutama bagi kelompok miskin dan marjinal yang memiliki keterbatasan akses terhadap layanan keuangan. Masyarakat miskin memiliki kesempatan untuk memperbaiki kondisi hidupnya menjadi lebih sejahtera dengan mengakses layanan keuangan. Hal ini dapat mendorong pendapatan masyarakat miskin semakin meningkat sehingga kesenjangan pendapatan dapat berkurang. (Setyawan & Japarianto, 2014)

Perilaku nasabah merupakan perilaku-perilaku yang ditunjukkan oleh nasabah yang meliputi :proses perencanaan, tindakan, dan pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa layanan bank dan evaluasi paska menggunakan layanan bank. Berdasarkan pada pendapat ini, perilaku nasabah dinilai sebagai aktivitas yang menyeluruh karena menyangkut proses perencanaan sampai dengan evaluasi setelah keputusan menggunakan jasa layanan bank dilakukan. (Setyawan dan Japarianto, 2014)

Airlangga, 2017 menyatakan istilah inklusi keuangan upaya dalam meniadakan segala bentuk hambatan baik harga maupun non harga, terhadap akses layanan masyarakat dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal. Tujuan keuangan inklusif yaitu untuk mencapai pertumbuhan ekonomi melalui pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan serta stabilitas sistem keuangan. Tujuan umum dari keuangan inklusif yaitu agar terjadi pemerataan pertumbuhan ekonomi. Kebijakan ini banyak digunakan di negara-negara berpenghasilan rendah serta sebagian besar penduduk dan perusahaan tidak memiliki akses ke layanan keuangan formal.

Produk segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Dwi, 2015). PT. BPR Bank Guna Daya memasarkan berbagai jenis tabungan, deposito dan tabungan berjangka ini pada masyarakat daerah Boyolali dan karisidenan Surakarta, berbagai jenis tabungan ini dibuat agar masyarakat Boyolali dan karisidenan Surakarta mau menabung karena keunggulan yang dimiliki, BPR Bank Guna Daya memberikan bonus undian hadiah hingga suku bunga yang menarik, hadiah berupa alat-alat elektronik seperti Kulkas, Mesin cuci, TV, sepeda motor hingga uang tunai jutaan rupiah bagi nasabah yang memiliki saldo tabungan tertinggi, Ini diundi setiap satu kali dalam sebulan. BPR Bank Guna

Daya juga melakukan undian satu kali dalam setahun dengan hadiah satu unit Sepeda Motor bagi saldo tabungan tertinggi dan bagi pengikut undian tabungan berjangka 2 tahun ada mobil Ayla. Ini bertujuan agar calon nasabah baru tertarik untuk membuka tabungan di BPR Bank Guna Daya, dan pemilik tabungan merasa termotivasi untuk selalu meningkatkan saldo tabungannya.

Produk yang diinginkan nasabah adalah produk yang berkualitas tinggi, sehingga bank dituntut agar memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik. Pada PT. BPR Guna Daya, ada beberapa macam Produk tabungan dari tabungan biasa seperti TABER, TARA, KATA HATI, SWAGUNA masing- masing produk ini mempunyai undian hadiah yang menarik dari tv sampai dengan mobil. Kemudahan ada tabungan berjangka yaitu PGM, PGE, AGE, THR yang masing-masing pruduk ada ketentuan penyetoran setiap bulannya, Produk ini cukup populer pada bank tersebut. PT. BPR Guna Daya memasarkan semua produk tabungan berjangka pada masyarakat Boyolali, tabungan berjangka ini dibuat agar masyarakat Boyolali mau menabung karena keunggulan yang dimiliki, BPR Guna Daya memberikan undian hadiah berupa alat-alat elektronik seperti Kulkas, Mesin cuci, TV sepeda motor dan grand prie mobil bagi nasabah yang penetorannya rutin melakukan penyetoran setiap bulannya, Ini diundi setiap satu kali dalam sebulan pada tanggal 15. BPR Guna Daya juga melakukan undian satu kali dalam setahun dengan hadiah satu unit Sepeda Motor dan mobil bagi saldo tabungan tertinggi di tabungan biasa (TABER, WISATA GUNA, KATA HATI) Inibertujuan agar calon nasabah baru tertarik untuk membuka produk tabungan, dan pemilik rekening tabungan tabungan merasa termotivasi untuk selalu meningkatkan saldo tabungannya.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **1) Perilaku Menabung**

Perilaku masyarakat untuk menabung adalah tindakan nyata yang dipengaruhi faktor-faktor kejiwaan dan faktor lain yang mengarahkan mereka untuk menyisihkan pendapatannya, serta menggunakan jasa perbankan untuk sarana menabung (Aisha Wardani, 2013)

Perilaku menabung yang tidak dapat dikendalikan secara langsung oleh perusahaan perlu dicari informasinya semaksimal mungkin. Perilaku menabung memiliki kepentingan khusus bagi orang karena berbagi alasan, berhasrat mempengaruhi atau merubah perilaku itu, termasuk mereka yang berkepentingan utamanya adalah pemasaran, pendidikan dan perlindungan serta kebjajaan umum. (Andespa, 2017)

### **2) Inklusi Keuangan**

Inklusi keuangan adalah suatu program perluasan akses layanan keuangan. Program tersebut dimaksud untuk memperluas akses layanan jasa keuangan terhadap masyarakat secara luas dan menyeluruh dengan tujuan pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan (Tunggal Purnama Putra dan Susanti, 2018)

Inklusi keuangan adalah sebuah proses menjamin akses, ketersediaan dan penggunaan sistem oleh seluruh pelaku ekonomi. Inklusi keuangan menyediakan jasa keuangan seperti tabungan, kedit, asuransi, dan pembayaran pada tingkat harga yang mampu dibayar oleh seluruh pelaku ekonomi, terutama pelaku ekonomi berpendapatan rendah (Khairul Anwar dan Amri, 2017)

### **3) Produk Tabungan**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan dapat berupa barang fisik (seperti sepeda motor, komputer, tv, buku, da lain-lain), jasa (seperti penginapan, perbankan), orang atau pribadi, organisasi, tempat, ide. Jadiproduk bisa berupa manfaat *tangible* maupun

*intangible* yang dapat memuaskan pelanggan (Muhammad Dwi Ari Susanto, Handoyo Djoko Waluyo, Sari Listyorini, 2015)

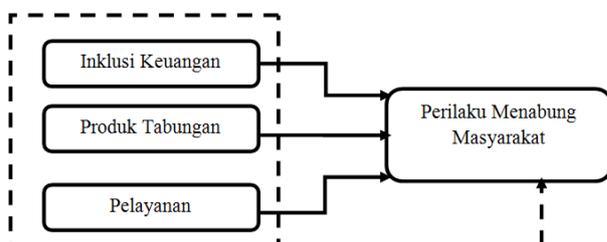
Produk merupakan salah satu strategi bank untuk memperoleh nasabah. Produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh masing-masing bank kian bertambah seiring dengan banyaknya jumlah lembaga perbankan yang ada, sehingga masyarakat harus mengenali kebutuhan dan selukbeluk produk yang ditawarkan dengan lebih baik. Pemahaman dan pengetahuan nasabah penyimpan mengenai produk sangat penting, karena pengetahuan merupakan dasar keputusan nasabah sebagai konsumen bank. (Ayun Sekar Widiowati dan Indah Mustika Wati, 2018)

#### 4) Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Aisyah Wardani, 2013).

Pelayanan adalah tidak kasat mata dan melihat upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan. Hal ini menjelaskan bahwa pelayanan adalah bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal pelanggan agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka (Nina Indah Febriana, 2016)

### KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar II. 1 Kerangka Pemikiran

- > : Pengaruh secara parsial  
 - - - - -> : Pengaruh secara simultan

- H1. Diduga Inklusi Keuangan, Produk Tabungan dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Menabung Masyarakat.
- H2. Diduga Inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat.
- H3. Diduga Produk Tabungan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat.
- H4. Diduga Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung Masyarakat

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah tidak terbatas. Pada penelitian ini yang dijadikan sampel yaitu orang yang mengetahui produk Uniqlo yang berjumlah 100 responden. Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel yaitu accidental sampling kemudian diolah dengan menggunakan teknik analisis dengan uji asumsi klasik, regresi linear berganda,  $R^2$ , uji F serta uji t.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,86929318
Most Extreme Differences	Absolute	,045
	Positive	,040
	Negative	-,045
Test Statistic		,045
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber data :Data primer, diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel hasil output nilai kolmogorov semirnov maka diperoleh hasil sebesar 0,045 dan signifikansi 0.200 maka dapat disimpulkan bahwa kedua hasil tersebut > 0,05, Berarti dapat dikatakan bahwa pernyataan responden mengenai perilaku menabung memiliki sebaran data yang normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,577	1,772			
Inklusi keuangan	,273	,098	,341	,383	2,610
Produk Tabungan	,214	,094	,280	,381	2,624
Pelayanan	,228	,099	,186	,887	1,127

Sumber data :Data primer, diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF <10 maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tersebut tidak terdapat multikolinieritas.

##### c. Uji heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,133	,993		4,160	,000
IK	-,080	,055	-,230	-1,463	,147
PT	-,016	,053	-,047	-,301	,764
PL	-,036	,055	-,067	-,646	,520

Sumber data :Data primer, diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai *p-value* keseluruhan lebih dari 0,05, maka dari itu dapat diperoleh dikatakan bahwa pada model regresi tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

## 2. Uji Hepotesis

### a. Uji Analisis Regresi Liner Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,577	1,772		4,276	,000
	IK	,273	,098	,341	2,791	,006
	PT	,214	,094	,280	2,282	,025
	PL	,228	,099	,186	2,311	,023

Sumber data :Data primer, diolah tahun 2020

$$Y = 7,577 + 0,273X_1 + 0,214X_2 + 0,228X_3 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 7,577 artinya apabila variabel independen yaitu inklusi keuangan, produk tabungan dan pelayanan adalah 0 (nol), maka variabel perilaku menabung masyarakat (Y) sebesar 7,577
- 2) Koefisien variabel inklusi keuangan ( $b_1$ ) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* ( $b$ ) = 0,273. Hal ini menunjukkan apabila inklusi keuangan naik satu satuan, sementara variabel produk tabungan konstan (nol), maka perilaku menabung masyarakat akan meningkat sebesar 0,273.
- 3) Koefisien variabel produk tabungan ( $b_2$ ) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* ( $b$ ) = 0,214. Hal ini menunjukkan apabila produk tabungan naik satu satuan, sementara variabel inklusi keuangan dan pelayanan konstan (nol), maka perilaku menabung masyarakat akan meningkat sebesar 0,214.
- 4) Koefisien variabel pelayanan ( $b_3$ ) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* ( $b$ ) = 0,228. Hal ini menunjukkan apabila pelayanan naik satu satuan, sementara variabel inklusi keuangan dan produk tabungan konstan (nol), maka perilaku menabung masyarakat akan meningkat sebesar 0,228.

### b. Uji $R^2$

Hasil Uji  $R^2$

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,672 <sup>a</sup>	,451	,434	1,89828

Dari hasil uji koefisien determinasi diatas didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,434 atau (43,4%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan berpengaruh variabel independen (inklusi keuangan, produk tabungan dan pelayanan) terhadap variabel dependen (perilaku menabung masyarakat) sebesar 43,4% sedangkan sisanya 56,6 % dijelaskan oleh faktor atau variabel diluar model

### c. Uji F

Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	284,229	3	94,743	26,292	,000 <sup>b</sup>
	Residual	345,931	96	3,603		
	Total	630,160	99			

Sumber data :Data primer, diolah tahun 2020

Hasil analisis data yang telah didapatkan, maka dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 26,292, dikarenakan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $26,292 > 2,70$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan secara simultan (bersama-sama) variabel inklusi keuangan, produk tabungan, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat.

#### d. Uji t

##### Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,577	1,772		4,276	,000
IK	,273	,098	,341	2,791	,006
PT	,214	,094	,280	2,282	,025
PL	,228	,099	,186	2,311	,023

Sumber data : Data primer, diolah tahun 2020

- Nilai t hitung pada variabel inklusi keuangan (IK) sebesar 2,791 ( $P > 1,98$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,006 ( $p < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat, sehingga H2 dalam penelitian ini diterima.
- Nilai t hitung pada variabel produk tabungan (PT) sebesar 2,282  $> 1,98$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,025 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat sehingga H3 dalam penelitian ini diterima.
- Nilai t hitung pada variabel pelayanan (PL) sebesar 2,311  $> 1,98$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,023 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung masyarakat, sehingga H3 dalam penelitian ini diterima.

## B. PEMBAHASAN

### 1) Inklusi Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat.

Melalui penelitian diatas inklusi keuangan terbukti mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Menabung Masyarakat di PT. BPR Guna Daya. Inklusi keuangan merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan agar pemerataan keuangan khususnya di Boyolali bisa merata.

### 2) Produk Tabungan Berpengaruh Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat

Melalui penelitian diatas produk tabungan terbukti mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Menabung Masyarakat di PT. BPR Guna Daya. Produk tabungan merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan agar masyarakat luas tau tentang produk tabungan di PT. BPR Guna Daya yang banyak dan masing-masing ada keunggulannya.

### 3) Pelayanan Berpengaruh Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat

Melalui penelitian diatas pelayanan terbukti mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Menabung Masyarakat di PT. BPR Guna Daya. Pelayanan merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan agar nasabah merasa nyaman saat transaksi didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, dari kedekatan para pegawai ke nasabah sampai dengan menjadi konsultan keuangan untuk nasabah dan yang belum menjadi nasabah agar mau mejadi bagian dalam PT. BPR Guna Daya.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan dan hasil analisis data tentang perilaku menabung masyarakat ditinjau dari inklusi keuangan masyarakat, produk tabungan dan pelayanan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara inklusi keuangan masyarakat, produk tabungan dan pelayanan terhadap perilaku menabung masyarakat, dimana F hitung sebesar 26,292 ( $p > 3,09$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ).
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inklusi keuangan dengan perilaku menabung masyarakat dimana t hitung sebesar 2,791 ( $P > 1,98$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,006 ( $p < 0,05$ ).
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara produk tabungan dengan perilaku menabung masyarakat dimana t hitung sebesar 2,282 ( $P > 1,98$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,025 ( $p < 0,05$ ).
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan dengan perilaku menabung masyarakat dimana t hitung sebesar 2,311 ( $P > 1,98$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,023 ( $p < 0,05$ ).

### C. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh diharapkan penelitian selanjutnya untuk lebih mendalami dengan variabel baru yang masih berkaitan dengan kepuasan konsumen, mengingat nilai koefisien variabel yang diteliti cukup rendah dan nilai koefisien determinasi yang bahkan belum ada 50% maka dapat diasumsikan bahwa masih ada beberapa variabel yang menarik untuk diteliti lebih jauh lagi.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat dijadikan suatu referensi atau rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan perilaku menabung masyarakat terhadap inklusi keuangan, produk tabungan dan pelayanan. Dalam penelitian selanjutnya sebaiknya ditambahkan atau dikombinasikan dengan variabel yang belum di sertakan dalam penelitian ini

### DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 43–57.
- Aisyah Wardani, 2013. Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Suku Bunga, Promosi dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, Volume 2 no 1.
- Azka Azifah Dienillah Dan Lukyutawati Anggraeni, 2016. Dampak Inklusi Keuangan Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Asia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 18(4), 409–430. <https://doi.org/10.21098/bemp.v18i4.574>
- Imawati, S, dkk. (2013). Model Inklusi Keuangan Pada UMKM Berbasis Pedesaan. *Journal of Economics*, 6(2), 103-213.
- Maisur, dkk. 2015. Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akutansi Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala*, Volume 4 no 2.
- Meria, D. 2013. Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Pengusaha Kena Pajak di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol 1, no 1.
- Saibantono, F, dkk. 2018. Pengaruh Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan,