

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, *BRAND  
IMAGE*, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
MENABUNG PADA PT BPR SEJAHTERA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Meliyani  
200910197**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, *BRAND  
IMAGE*, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
MENABUNG PADA PT BPR SEJAHTERA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:  
Meliyani  
200910197**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Meliyani

NPM : 200910197

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**"Pengaruh Keragaman Produk, *Brand Image*, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada PT BPR Sejahtera Batam"**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 19 Januari 2024



**Meliyani**  
200910197

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, *BRAND  
IMAGE*, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
MENABUNG PADA PT BPR SEJAHTERA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Meliyani  
200910197**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 19 Januari 2024**



**Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D.  
Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi pengaruh dari keragaman produk, *brand image*, serta promosi terhadap minat menabung Pada PT BPR Sejahtera Batam. Populasi yang diambil sebagai fokus penelitian adalah sejumlah 165 nasabah yang telah menabung di PT BPR Sejahtera Batam, sebagaimana tercatat dalam tabel jumlah nasabah pada Juli 2023. Sampel ditentukan dengan rumus Slovin dengan menghasilkan 117 responden dipilih secara khusus melalui *simple random sampling*. Analisis data dilakukan melalui regresi linier berganda yang melibatkan beberapa tahapan seperti uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh sebesar 22,9% terhadap minat menabung. *Brand image* memiliki pengaruh sebesar 21,1% terhadap minat menabung. Promosi memiliki pengaruh sebesar 12,0% terhadap minat menabung. Temuan dari analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, keragaman produk, *brand image*, dan promosi mampu menjelaskan sebanyak 71,3% variasi dalam minat menabung. Selain itu, uji t dan uji F menunjukkan bahwa keragaman produk, *brand image*, dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat menabung Pada PT BPR Sejahtera Batam.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Keragaman Produk, Minat Menabung, Promosi.

## **ABSTRACT**

*This research aims to explore the influence of product diversity, brand image, and promotion on interest in saving at PT BPR Sejahtera Batam. The population taken as the focus of the research was 165 customers who had saved at PT BPR Sejahtera Batam, as recorded in the table of number of customers in July 2023. The sample was determined using the Slovin formula resulting in 117 respondents specially selected through simple random sampling. Data analysis was carried out through multiple linear regression which involved several stages such as data quality testing, classical assumption testing and hypothesis testing. The results of multiple linear regression analysis show that product diversity has an influence of 22.9% on interest in saving. Brand image has an influence of 21.1% on interest in saving. Promotions have an influence of 12.0% on interest in saving. Findings from analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ) indicate that overall, product diversity, brand image and promotion are able to explain 71.3% of the variation in interest in saving. Apart from that, the  $t$  test and  $F$  test show that product diversity, brand image and promotion have a positive and significant influence both partially and simultaneously on interest in saving at PT BPR Sejahtera Batam.*

**Keywords:** *Brand Image, Interest in Saving, Product Diversity, Promotion.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada.

1. Ibu Dr Nur Elfi Husda, S Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak PT BPR Sejahtera Batam dan responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 19 Januari 2024



Meliyani





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1 Secara Teoritis.....	12
1.6.2 Secara Praktis .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Produk .....	14
2.1.1.1 Pengertian Produk .....	14
2.1.1.2 Tingkatan Produk .....	15
2.1.1.3 Klasifikasi Produk .....	17
2.1.2 Keragaman Produk .....	18
2.1.2.1 Pengertian Keragaman Produk.....	18
2.1.2.2 Faktor Keragaman Produk .....	19
2.1.2.3 Indikator Keragaman Produk .....	21
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.3.2 Faktor <i>Brand Image</i> .....	23
2.1.3.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	25
2.1.4 Promosi.....	26
2.1.4.1 Pengertian Promosi .....	26
2.1.4.2 Tujuan Promosi .....	27
2.1.4.3 Indikator Promosi.....	29
2.1.5 Minat Menabung .....	30
2.1.5.1 Pengertian Minat Menabung.....	30
2.1.5.2 Faktor Minat Menabung.....	32
2.1.5.3 Indikator Minat Menabung.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu .....	34

2.3	Kerangka Pemikiran.....	38
2.3.1	Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung.....	38
2.3.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Menabung.....	39
2.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung.....	41
2.4	Hipotesis.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian.....	44
3.2	Sifat Penelitian.....	44
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	45
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	45
3.3.2	Periode Penelitian.....	45
3.4	Populasi dan Sampel.....	46
3.4.1	Populasi.....	46
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	46
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	47
3.5	Sumber Data.....	48
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	49
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	51
3.7.1	Variabel Independen (X).....	51
3.7.2	Variabel Dependen (Y).....	51
3.8	Metode Analisis Data.....	52
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif.....	52
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	53
3.8.2.1	Uji Validitas.....	53
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	56
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	57
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.8.4	Uji Pengaruh.....	59
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
3.9	Uji Hipotesis.....	61
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	61
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	65
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	67
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	68
4.3.1	Deskriptif Keragaman Produk (X1).....	68
4.3.2	Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2).....	70
4.3.3	Deskriptif Promosi (X3).....	71

4.3.4	Deskriptif Minat Menabung (Y)	72
4.4	Analisis Data	73
4.4.1	Uji Kualitas Data	73
4.4.1.1	Uji Validitas	73
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	76
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	77
4.4.2.1	Uji Normalitas	77
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	80
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	80
4.4.3	Uji Pengaruh	82
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	83
4.5	Pengujian Hipotesis	84
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	84
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f	86
4.6	Pembahasan	87
4.6.1	Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung	87
4.6.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Menabung	88
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung	89
4.6.4	Pengaruh Keragaman Produk, <i>Brand Image</i> Dan Promosi Terhadap Minat Menabung	90
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	91
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan	93
5.2	Saran	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>Lampiran 1.</b> Pendukung Penelitian		
<b>Lampiran 2.</b> Daftar Riwayat Hidup		
<b>Lampiran 3.</b> Surat Keterangan Penelitian		

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	42
<b>Gambar 4.1</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....	77
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i> .....	78
<b>Gambar 4.3</b> Uji Heteroskedastisitas .....	81

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Keragaman Produk PT BPR Sejahtera Batam dan Pesaingnya .....	2
<b>Tabel 1.2</b> Penghargaan PT BPR Sejahtera Batam.....	4
<b>Tabel 1.3</b> Jenis Promosi PT BPR Sejahtera Batam .....	5
<b>Tabel 1.4</b> Jumlah Nasabah PT BPR Sejahtera Batam .....	7
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	36
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	45
<b>Tabel 3.2</b> Pemberian Skor Kusioner.....	50
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	51
<b>Tabel 3.4</b> Kategori Rentang Skala.....	53
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....	66
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	67
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	68
<b>Tabel 4.6</b> Deskriptif Keragaman Produk.....	69
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	70
<b>Tabel 4.8</b> Deskriptif Promosi .....	71
<b>Tabel 4.9</b> Deskriptif Minat Menabung .....	72
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas Keragaman Produk(X1).....	73
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2).....	74
<b>Tabel 4.12</b> Uji Validitas Promosi (X3).....	75
<b>Tabel 4.13</b> Uji Validitas Minat Menabung (Y) .....	75
<b>Tabel 4.14</b> Uji Reliabilitas.....	76
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	79
<b>Tabel 4.16</b> Uji Multikolinearitas .....	80
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	82
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	83
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji t (Parsial).....	84
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji f (Simultan).....	86

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus Slovin.....	47
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	53
<b>Rumus 3.3</b> <i>Pearson Correlation</i> .....	54
<b>Rumus 3.4</b> <i>Alpha Crobach</i> .....	55
<b>Rumus 3.5</b> Regresi Linear Berganda.....	59
<b>Rumus 3.6</b> Koefisien Determinasi .....	61
<b>Rumus 3.7</b> Uji t .....	62
<b>Rumus 3.8</b> Uji f.....	63