

## **ABSTRAK**

**KEVIN RIVALDI PANJAITAN**  
**03014180016**

### **ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA AMAN, DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH BANK SUMUT MEDAN**

(xvi+138 halaman; 8 gambar; 36 tabel; 8 lampiran)

Bank adalah asosiasi keuangan yang tindakan esensialnya adalah mengumpulkan sumber daya dari keseluruhan nasabah sebagai aset bersama, menyimpan dan meminta toko dan mengedarkannya sebagai kredit untuk keseluruhan nasabah. Bank memiliki pekerjaan perantara, khususnya yang cocok untuk mengumpulkan sumber daya dari masyarakat umum melalui aset bersama dan komponen penggalangan dana lainnya dan mengalokasikannya untuk masyarakat umum sebagai kredit yang dapat menghidupkan kembali latihan moneter suatu negara.

Penelitian kuantitatif dengan studi deskriptif dan kausal digunakan untuk menganalisis sampel. Populasi dalam penelitian ini ialah semua nasabah bank sumut medan yang pernah melakukan transaksi dan karena jumlah nasabah yang sangat banyak dan tidak dapat dirinci seberapa banyak maka jumlah populasi yang digunakan menggunakan metode tersendiri. Sampel pada penelitian ini berjumlah 116 nasabah dengan pengambilan sampel melalui *convenience sampling*.

Penyebaran kuesioner yang dilakukan telah melewati uji validitas dan reliabilitas. Data yang diuji juga lolos uji normalitas, uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan uji regresi linier berganda.

Hasil dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan, jaminan rasa aman, aksesibilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung. Pada pengujian secara simultan menunjukkan kepercayaan, jaminan rasa aman, aksesibilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan koefisien determinasi sebesar 94.2%.

Dapat direkomendasikan Bank Sumut dapat memberikan keunikannya sendiri untuk memiliki opsi untuk menarik klien dan memiliki opsi untuk bersaing dengan bank yang berbeda. Bank Sumut harus lebih dinamis seperti semakin aktif dalam kursus atau peningkatan sosialisasi terkait dengan administrasi untuk meningkatkan kepercayaan klien.

Kata kunci: Kepercayaan, Jaminan, Aksesibilitas, Minat Beli

Referensi: 85

## **ABSTRACT**

**KEVIN RIVALDI PANJAITAN**  
**03014180016**

### **ANALYSIS OF THE EFFECT OF TRUST, SECURITY ASSURANCE, AND ACCESSIBILITY ON THE INTEREST TO SAVING CUSTOMERS OF BANK SUMUT MEDAN**

*(xvi+138 pages; 8 figure; 36 tables; 8 appendices)*

*A bank is a financial association whose essential action is to collect resources from the overall customers as common assets, store and ask for stores and circulate them as credit for the overall customers. Banks have an intermediary job, particularly suited to collect resources from the general public through shared assets and other fundraising components and allocate them to the general public as credit which can revive the monetary exercise of a country.*

*Quantitative research with descriptive and causal studies was used to analyse the sample. The population in this study is all customers of bank sumut medan who have made transactions and because the number of customers is very large and cannot be detailed how much, the population used uses a separate method. The sample in this study amounted to 116 customers with sampling through convenience sampling.*

*The distribution of questionnaires has passed the validity and reliability tests. The data tested also passed the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity, and multiple linear regression tests.*

*The results of hypothesis testing in this study indicate that partially trust, security, accessibility have a positive and significant effect on saving interest. Simultaneous testing shows that trust, security, accessibility have a positive and significant effect on interest in saving with a coefficient of determination of 94.2%.*

*It can be recommended that Bank Sumut can provide its own uniqueness to have the option to attract clients and have the option to compete with different banks. Bank Sumut should be more dynamic such as being more active in courses or increased socialisation related to administration to increase client confidence.*

*Keywords: Trust, Guarantee, Accessibility, Buying Interest*

*Reference: 85*