

Hubungan antara Program Undian BRI Simpedes terhadap Minat Nasabah Menabung di Tabungan BRI Simpedes
(Studi Kolerasional mengenai Hubungan antara Program Undian BRI Simpedes dengan Minat Nasabah Menabung di Tabungan BRI Simpedes Kota Batam Kanca BRI Center Unit Bengkong)

Wilya Agustin

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: wilyaagustin@yahoo.com*

Abstract. The program BRI Simpedes was an incentive and a thank you Bank BRI to customers savings Bank Simpedes across the country, aim at held this program that customers faithful with Bank BRI and want to continue to improve the balance of savings. A program is expected to give good impact in the company either in the company financial gain and good image in the citizens. Programs Bank BRI hope interest customers to continue to save at BRI Simpedes savings. But growing interest customers it is easy, promo see the numerous programs like this in doing almost every Banks in Indonesia. Research purposes to know the relationship between the program BRI Simpedes against transaksional interest, reprensial interest, preferential interest, interest explorative customers save at Simpedes savings Bank in the city Batam. The methodology used is correlational. Data collection was carried out by means of spreading to 50 survey respondents as samples. The sample techniques used in this research was accidental sample. Based on the research done, shows that the relationship between the program BRI Simpedes against transaksional interest, reprensial interest, preferential interest, interest explorative customers save at Simpedes savings Bank in the city Batam have a significant relation to create interest customers to save in BRI Simpedes

Keywords: The program, Interest, Save in BRI Simpedes

Abstrak. Program undian BRI simpedes merupakan bentuk penghargaan dan wujud terima kasih Bank BRI kepada nasabah tabungan Bri simpedes di seluruh Indonesia, tujuan di selenggarakan program ini agar nasabah tetap setia bersama Bank BRI dan ingin terus meningkatkan saldo tabungannya. Sebuah program diharapkan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan tersebut baik dalam bentuk keuntungan keuangan perusahaan atau pun citra yang baik di mata masyarakat. Adanya program Bank BRI berharap minat nasabah untuk terus menabung di tabungan BRI simpedes. Akan tetapi menumbuhkan minat nasabah bukanlah perkara yang mudah, melihat banyaknya program promo seperti ini di lakukan hampir setiap Bank di Indonesia. Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat transaksional, minat reprensial, minat preferensial, minat eksploratif nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada 50 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental* sampel. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat transaksional, minat reprensial, minat preferensial, minat eksploratif nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam mempunyai hubungan yang signifikan yang dapat menciptakan minat nasabah untuk menabung di BRI Simpedes.

Kata Kunci : Program Undian, Minat, Menabung Di BRI Simpedes.

A. Pendahuluan

Persaingan bisnis di jaman modern ini merupakan persaingan yang sangat ketat dan kompetitif dalam setiap bidang bisnis, tidak terkecuali bisnis perbankan yang merupakan bisnis di bidang jasa dengan mengutamakan pelayanan. PerBankan adalah merupakan suatu sarana yang mampu memfasilitasi semua transaksi bisnis, baik itu yang dilakukan secara finansial ataupun non finansial (Nurdiani, 2014:1). Saat ini hampir seluruh Semakin berkembangnya bisnis seseorang maka akan semakin besar pula kebutuhan dan keterkaitanya dengan dunia perbankan.

Akan tetapi akibat dari kondisi ekonomi yang melemah beberapa tahun terakhir ini membuat Bank – Bank harus berusaha lebih keras lagi dalam mengatur strategi agar bisa tetap mempertahankan diri, di tambah lagi dengan bertambah banyak Bank – Bank baru yang bermunculan sehingga membuat persaingan antar Bank ini semakin kompetitif baik itu bagi Bank persero (milik Negara) ataupun bagi Bank swasta.

Berbagai cara dilakukan oleh Bank demi mempertahankan nasabahnya. Beberapa diantaranya yaitu, yang pertama ialah menciptakan produk per-Bankan dengan kelengkapan fitur yang semakin canggih dalam bidang teknologi Bank untuk memudahkan dan memenuhi kebutuhan nasabah atau calon nasabah dalam melakukan transaksinya. Kedua, semakin banyak membuka kantor cabang atau kantor cabang pembantu juga memperbanyak mesin ATM. lalu yang ketiga, pihak Bank juga harus melakukan aksi sosial dan kemasyarakatan yang tujuannya adalah untuk menciptakan citra positif Bank tersebut di mata masyarakat. Contoh kegiatan aksi sosial dan kemasyarakatan ini adalah seperti pemberian dana untuk penghijauan, pemberian beasiswa, dan kegiatan sosial lainnya. dan yang terakhir adalah dengan memberikan promosi dan hadiah yang menarik bagi nasabah setianya dengan harapan mereka tidak pindah ke Bank lain. Hal ini juga dilakukan sebagai upaya agar masyarakat tertarik untuk menabung di Bank tersebut.

Strategi dengan memberikan promo dan hadiah ini hampir dilakukan oleh semua Bank di Indonesia. Bank Bukopin mengadakan program tabungan siaga Bukopin berhadiah langsung, BCA juga mengadakan program yang sama dengan Bukopin, sementara Mandiri mengadakan promo Mandiri fiesta poin, lalu Bank Danamon memberikan hadiah Grand Prize setiap bulannya, dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk (BTN) pun mengadakan program undian regular serba untung (Serbu) dari produk tabungan Batara dengan total hadiah mencapai Rp 16.3 miliar rupiah. Tidak ketinggalan pula PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk (BRI) juga memiliki beberapa program promo berhadiah, salah satunya ialah program undian BRI simpedes. Hal tersebut sebagai strategi untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah serta menjangkau calon nasabah.

Program undian Bank ini bisa disebut sebagai bagian dari *personal selling* yang dilakukan dalam mempromosikan produk-produk maupun layanan bank kepada tiap nasabah. “Meski pelayanan itu tidak kasat mata dan seringkali sulit dipahami, namun masih tetap dilihat, didengar, dan dialami. Yang paling penting disini adalah apa yang dilihat, didengar, dan dialami oleh pelanggan” (Martin, 2004:9). Pelayanan pelanggan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang pelanggan. Kita harus merumuskan pelayanan bermutu melalui mata pelanggan. Begitu juga dengan kehadiran aneka ragam layanan perbankan di Indonesia yang berlomba-lomba memberikan pelayanan bermutu bagi setiap nasabahnya.

Salah satu Bank yang menciptakan program undian adalah BRI dengan produk tabungan Simpedes, hadir sebagai bank yang memberikan solusi termudah bagi masyarakat yang ingin menabung maupun melakukan pinjaman dengan memberikan pelayanan yang bermutu. Dengan biaya administrasi yang kecil dan tingkat suku bunga yang bersaing membuat masyarakat dapat menjatuhkan pilihan di bank BRI Simpedes. Sesuai dengan misi Bank BRI yaitu melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat, memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek *good corporate governance* sehingga Bank BRI merupakan alternatif yang memadai untuk para nasabah.

Program undian ini diperuntukan bagi seluruh nasabah BRI yang memiliki tabungan BRI simpedes. Sementara itu, untuk menarik minat calon nasabahnya PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk (BRI) juga memberikan program buka tabungan BRI simpedes berpeluang mendapatkan hadiah mobil Toyota Avanza. Jadi bagi masyarakat yang ingin membuka tabungan simpedes BRI tidak hanya dapat mengikuti program undian BRI simpedes saja, tapi juga mendapatkan kesempatan memenangkan hadiah mobil Toyota Avanza melalui program buka tabungan BRI simpedes berpeluang mendapatkan hadiah mobil Toyota Avanza. Undian BRI simpedes ini biasanya dilaksanakan di tiap – tiap kota di Indonesia, dan di penelitian ini penulis mengambil lokasi di Kota Batam Kepulauan Riau.

Program undian BRI simpedes ini merupakan bentuk penghargaan dan wujud terima kasih Bank BRI kepada nasabah tabungan Bri simpedes di seluruh Indonesia, tujuan di adakannya program ini agar nasabah tetap setia bersama Bank BRI dan ingin terus meningkatkan saldo tabungan di BRI.

Sebuah program diharapkan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan tersebut baik dalam bentuk keuntungan keuangan perusahaan atau pun citra yang baik di mata masyarakat. Dengan mengadakan program ini secara tidak langsung dengan adanya program ini Bank BRI berharap adanya minat nasabah untuk terus menabung di tabungan BRI simpedes. Akan tetapi menumbuhkan minat nasabah bukanlah perkara yang mudah, melihat banyaknya program promo seperti ini juga di lakukan hampir setiap Bank di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis ingin meneliti tentang program undian BRI simpedes ini, dan penulis mengambil judul “Hubungan Antara Program Undian BRI Simpedes Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Tabungan BRI Simpedes Di Kota Batam”. Dengan rumusan masalah “Apakah terdapat hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes Di Kota Batam?”. Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat transaksional nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat reprensial nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat preferensial nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat eksploratif

B. Landasan Teori

“Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari bahasa latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna”. (Effendy, 2013 : 9). “Komunikasi adalah penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan symbol-simbol atau tanda-tanda. Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikator”. (Mulyana,2009:49).

Dalam kehidupan sehari-hari orang selalu berkomunikasi, karena sebagai makhluk sosial manusia memiliki kebutuhan untuk saling berhubungan satu sama lainnya, dan ini dilakukan melalui komunikasi. Komunikasi dimaksudkan untuk menyampaikan pesan, pengetahuan, perasaan dan pengalaman kepada orang lain. Komunikasi dapat dikatakan efektif bila ada kesamaan makna dan bahasa, yang dipakai

oleh komunikator kepada komunikan sehingga apa yang diinginkan oleh komunikator dapat dimengerti oleh komunikan.

Carl I. Hovland mengatakan bahwa “Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain”. (Mulyana, 2009 : 62). Sementara Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi* mengemukakan definisi komunikasi yaitu: “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung atau melalui media”. (Effendy, 2013:5).

Sedangkan menurut Harold Lasswell “Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu”. (Effendy, 2013:10). Paradigma Lasswell menyatakan, *Who says what in which channel to whom with what effect*, (siapa, mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa). hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu:

1. Komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan yaitu pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan yaitu orang yang menerima pesan.
4. Media yaitu sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek yaitu dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2013:6).

Komunikasi itu proses interaksi sosial, yang digunakan untuk menyusun makna yang membentuk citra tersendiri mengenai dunia dan bertukar citra melalui simbol-simbol (Nimmo, 2009 : 16). Komunikasi adalah elemen penting dalam kegiatan kehumasan sejalan dengan pembentukan citra dan reputasi positif instansi di masyarakat. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.

Komunikasi pada akhirnya tidak hanya membantu atau menciptakan *image/citra* positif namun juga membangun kepercayaan terhadap public sehingga mereka percaya dengan apa yang dilakukan organisasi adalah yang terbaik dan mengharumkan namanya. komunikasi akan menimbulkan pemahaman dan penerimaan dari publik. Dengan komunikasi, suatu organisasi sehingga lebih dikenal dan dipahami oleh publik. Dengan adanya pemahaman diharapkan dapat diperoleh dukungan dan kepercayaan dari public sehingga menimbulkan citra positif organisasi. Semua dilakukan apabila komunikasi dapat dijalankan secara dua arah yaitu antara *public relations* dan masyarakat itu sendiri.

Adanya peradaban manusia dan perkembangan kebudayaan, ini dikarenakan adanya komunikasi dan interaksi antar manusia. Dengan komunikasi, maka terjadi saling tukar menukar pengetahuan dan pengalaman, akibat yang positifnya yaitu adanya kemajuan teknologi di semua bidang kehidupan. Komunikasi terjadi karena adanya suatu proses terlebih dahulu, suatu proses komunikasi itu berjalan dengan waktu yang relatif lama karena tidak dapat diketahui kapan mulai dan berakhirnya.

Proses merupakan suatu peristiwa dan atau perubahan yang susul-menyusul dan terus-menerus. Sebagai suatu proses komunikasi adalah tumbuh, berubah, berganti, bergerak dan demikian seterusnya sampai alam ini berakhir. Jadi, pada dasarnya proses itu tidak dapat diketahui kapan dimulainya dan kapan berakhir (Effendy, 2013:138)

Agar kegiatan komunikasi berhasil, maka dari banyaknya anggapan dari para ahli tentang proses komunikasi, Effendy mengklasifikasikan proses komunikasi menjadi

dua yaitu:

1. Proses komunikasi primer, adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain yang menggunakan lambang-lambang atau simbol sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna, dan sebagainya yang secara langsung mampu menterjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses komunikasi sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.
3. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya dikarenakan komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak (Effendy, 2013: 147).

Dari definisi proses komunikasi yang telah dipaparkan di atas menurut Effendy, maka sesuai dengan masalah yang akan penulis bahas dalam sebuah hubungan antara Program Undian BRI Simpedes Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Tabungan BRI Simpedes Di Kota Batam adalah salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang dimunculkan oleh pikiran serta perasaan seseorang kepada orang lain. Secara umum proses komunikasi sebenarnya merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator secara profesional menggunakan teknologi pembagi dalam menyebarluaskan pengalamannya yang melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah banyak. Komunikasi massa, merupakan komunikasi yang prosesnya menggunakan atau melalui saluran yang menghubungkan antara komunikan dengan komunikator, dengan menggunakan teknologi maka jarak dan waktu bukan lagi menjadi kendala.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat, banyak perubahan yang terjadi pada lingkungan media sendiri, Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai bentuk media baru hasil dari perkembangan teknologi komunikasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Secara keseluruhan terdapat hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes Di Kota Batam. Adanya hubungan ini menunjukkan bahwa program undian BRI Simpedes menciptakan minat nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes Di Kota Batam. Salah satu adanya hubungan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes Di Kota Batam dipengaruhi oleh adanya program maka segala bentuk rencana akan lebih terorganisir dan lebih mudah untuk dioperasionalkan. Hal ini sesuai dengan pengertian program yang diuraikan. *“A programme is collection of interrelated project designed to harmonize and integrated various action an activities for achieving averral policy abjectives”* (suatu program adalah kumpulan proyek-proyek yang berhubungan telah dirancang untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang harmonis dan secara integratif untuk mencapai sasaran kebijaksanaan tersebut secara keseluruhan. Menurut Charles O. Jones, pengertian program adalah cara yang disahkan untuk mencapai tujuan, beberapa karakteristik tertentu yang dapat membantu seseorang untuk mengidentifikasi suatu aktivitas sebagai program atau tidak yaitu:

1. Program cenderung membutuhkan staf, misalnya untuk melaksanakan atau sebagai pelaku program.
2. Program biasanya memiliki anggaran tersendiri, program kadang biasanya juga diidentifikasi melalui anggaran.

3. Program memiliki identitas sendiri, yang bila berjalan secara efektif dapat diakui oleh publik (Jones, 2011 : 29).

Program terbaik didunia adalah program yang didasarkan pada model teoritis yang jelas, yakni: sebelum menentukan masalah sosial yang ingin diatasi dan memulai melakukan intervensi, maka sebelumnya harus ada pemikiran yang serius terhadap bagaimana dan mengapa masalah itu terjadi dan apa yang menjadi solusi terbaik. Dalam hal ini program undian BRI Simpedes dapat menciptakan adanya minat nasabah untuk menabung di tabungan BRI Simpedes Di Kota Batam apabila program tersebut menarik untuk para nasabahnya. Adanya daya tarik tergantung kepada penciptaan strategi promosi yang berbentuk program yang dapat menarik perhatian dari masyarakat sebagai nasabahnya.

Suatu program atau *event* diselenggarakan untuk menarik perhatian dari *public*, begitu juga dengan program yang diadakan oleh Bank BRI dimana program ini di harapkan dapat menarik perhatian dari publik eksternal yaitu para nasabah Bank BRI dan juga masyarakat luas. Untuk menentukan hubungan dari program ini dengan minat menabung nasabah, peneliti mengacu pada teori AIDDA. Teori ini disebut *A-A Procedure* atau *from Attention to Action Procedure* yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm.

Teori AIDDA Dalam komunikasi adalah, peran komunikator sebagai penyampai pesan berperan penting. Strategi komunikasi yang dilakukan harus luwes sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi. Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu, lebih lagi jika komunikasi dilangsungkan melalui media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen komunikasi, sehingga efek yang diharapkan tak kunjung tercapai.

Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikasi merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya atau pihak komunikasi merasa adanya kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga dengan demikian komunikasi bersedia untuk taat pada pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator. Sikap komunikator yang berusaha menyamakan diri dengan komunikasi ini akan menimbulkan simpati komunikasi pada komunikator.

Proses tahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi sendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikasi, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator (Effendy, 2003 : 301).

Inti dari model AIDDA adalah rangkaian proses menyusun penyampaian pesan yang mampu membangkitkan, menggugah rasa tertarik khalayak sehingga timbul keinginan untuk membeli hingga tindakan membeli. AIDDA adalah akronim dari kata – kata *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Hasrat), *Decision* (Keputusan), *Action* (Tindakan/Kegiatan). Adapun keterangan dari elemen – elemen model ini

adalah :

1. Perhatian (*Attention*) : keinginan seseorang untuk mencari atau melihat sesuatu
2. Ketertarikan (*Interest*) : perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.
3. Keinginan (*Desire*) : kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian
4. Keputusan (*Decision*) : kepercayaan untuk melakukan suatu hal
5. Tindakan (*Action*) : suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu (Effendy 2003: 305).

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat transaksional nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam. Hal tersebut dikarenakan berapa faktor yang diantaranya adanya keinginan untuk memberikan perhatian terhadap program, serta adanya keinginan untuk melihat dan memahami program undian BRI Simpedes yang ditawarkan.
2. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat reprensial nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam. Hal tersebut dikarenakan program undian tabungan simpedes menimbulkan daya tarik, serta adanya ingin tahuan yang lebih dalam tentang program undian BRI Simpedes.
3. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat preferensial nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam. Hal tersebut dikarenakan adanya kemauan yang timbul untuk mengikuti program undian BRI Simpedes serta adanya keinginan untuk menabung karena adanya program undian BRI Simpedes.
4. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara program undian BRI Simpedes terhadap minat eksploratif nasabah menabung di tabungan BRI Simpedes di Kota Batam. Hal tersebut dikarenakan adanya keputusan untuk mengikuti program undian BRI Simpedes.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Martin, Setiawan. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Investasi dan Portofolio*. Jakarta: Ekamitra
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2009. *Komunikasi Politik*. Bandung : Pustaka Pelajar.
- Nurdiani, Dian. 2014, *Penerapan Model Cooperative Learning*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.