ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami daya tarik Program Panen Hadiah Simpedes (PHS) dalam mendorong peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK), khususnya melalui Tabungan Simpedes pada BRI BO Batam Center. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Grounded Theory untuk membangun pemahaman konseptual berdasarkan pengalaman dan persepsi nasabah. Informan penelitian terdiri atas sepuluh nasabah Tabungan Simpedes yang memiliki pengalaman dan keterlibatan dalam Program Panen Hadiah Simpedes. Data diperoleh melalui wawancara mendalam serta dianalisis secara bertahap melalui open coding, axial coding, dan selective coding hingga mencapai theoretical saturation.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik Panen Hadiah Simpedes tidak bekerja secara langsung sebagai faktor utama yang menentukan keputusan nasabah dalam memilih BRI. Keputusan nasabah untuk menempatkan dan mempertahankan dananya terutama dibentuk oleh aksesibilitas layanan, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap BRI, yang selanjutnya membangun loyalitas nasabah. Dalam kondisi kepercayaan dan loyalitas yang telah terbentuk, Panen Hadiah Simpedes berfungsi sebagai faktor penguat (reinforcement factor) yang memberikan nilai tambah dan meningkatkan motivasi nasabah untuk mempertahankan serta menambah saldo tabungannya. Program tersebut dipersepsikan positif karena memberikan peluang memperoleh hadiah tanpa mengurangi dana tabungan, meskipun efektivitasnya masih dipengaruhi oleh kualitas sosialisasi program.

Penelitian menghasilkan teori substantif bahwa peningkatan DPK melalui Tabungan Simpedes tidak semata-mata ditentukan oleh keberadaan program undian, melainkan melalui pembentukan kepercayaan nasabah yang didukung aksesibilitas dan kualitas layanan. Setelah kepercayaan terbentuk, Panen Hadiah Simpedes memperkuat motivasi menabung sehingga mendorong peningkatan saldo dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan DPK. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas program loyalitas berbasis hadiah dalam perbankan perlu ditempatkan sebagai bagian dari strategi penguatan hubungan nasabah, bukan sebagai instrumen pemasaran yang berdiri sendiri.

Kata kunci: Panen Hadiah Simpedes, Dana Pihak Ketiga, motivasi menabung, kepercayaan nasabah, Grounded Theory.

FEB UNDIP