

ABSTRACT

ANALYSIS OF CUSTOMER PERCEPTION TOWARDS SMART SAVINGS FEATURE AT PT. BANK WOORI SAUDARA 1906 Tbk CIAMIS Branch Office

By:

Kristin

NPM. 223404082

Supervisor I: Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M

Supervisor II: Agi Rosyadi, S.E., M.M

This research aims to analyze customer perceptions of the Smart Savings feature at PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk, Ciamis Sub-Branch Office. Smart Savings is an innovative banking product designed to help customers, especially the younger generation, manage their finances through features like auto-debit and mobile banking. The research uses a descriptive qualitative method with data collected through interviews, observation, and documentation. The findings indicate that most customers have a positive perception of the product, especially in terms of ease of access, transaction transparency, and friendly bank staff services. However, some customers still face difficulties in fully understanding the product due to limited education and socialization from the bank. Technological and demographic factors also influence perceptions, with younger customers more receptive to digital features. The study concludes that customer perceptions of Smart Savings are influenced by product understanding, technological comfort, and interaction with bank staff. Therefore, continuous education and appropriate marketing strategies are essential to improve product adoption.

Keywords: Customer Perception, Smart Savings, Banking Technology, Product Education, Bank Woori Saudara

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP FITUR TABUNGAN CERDAS DI PT. BANK WOORI SAUDARA 1906 Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU KABUPATEN CIAMIS

Oleh:

Kristin

223404082

Pembimbing I :Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M

Pembimbing II: Agi Rosyadi, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap fitur Tabungan Cerdas di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis. Tabungan Cerdas merupakan produk inovatif yang dirancang untuk memudahkan nasabah, terutama generasi muda, dalam mengelola keuangan melalui fasilitas seperti auto-debit dan aplikasi mobile banking. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah memiliki persepsi positif terhadap fitur ini, khususnya pada aspek kemudahan akses, transparansi laporan, dan pelayanan staf bank yang ramah. Namun, beberapa nasabah masih mengalami kendala dalam memahami fitur secara menyeluruh, terutama karena kurangnya edukasi dan sosialisasi dari pihak bank. Faktor teknologi dan demografis juga memengaruhi persepsi, di mana nasabah yang lebih muda lebih mudah menerima fitur digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap Tabungan Cerdas dipengaruhi oleh tingkat pemahaman, kenyamanan penggunaan teknologi, serta interaksi dengan staf bank. Oleh karena itu, edukasi yang berkelanjutan dan strategi pemasaran yang tepat diperlukan untuk meningkatkan adopsi produk ini.

Kata Kunci: Persepsi Nasabah, Tabungan Cerdas, Teknologi Perbankan, Edukasi Produk, Bank Woori Saudara