

ABSTRAK

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN

Oleh : Ridwan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk Tabungan dan apakah ada perbedaan yang signifikan antara tipe (nasabah) responden penabung. Dengan mengambil sample 160 responden yang diambil di wilayah Kota Cilegon.

Dari jumlah 32 faktor (variabel) tersebut dioperasionalkan dengan metode penelitian sebagai berikut:

- Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik quota sample.
- Scoring atas jawaban-jawaban responden menggunakan skala Likert.
- Analisis data menggunakan Analisa Faktor untuk mereduksi sejumlah variabel yang diteliti dengan menggabungkannya ke dalam beberapa faktor yang jumlahnya lebih sedikit dari variabel asal.
- Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk Tabungan dan perbedaan yang signifikan antar tipe (nasabah) responden penabung, penulis menggunakan Analisis Diskriminan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 14.0 for Windows.

Dengan teknik tersebut diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

- Setelah dilakukan Analisa Faktor diperoleh 8 faktor (variabel) yang terbentuk dengan nama (identitas) sebagai berikut: *Tampilan menarik, Berkartu ATM, Ada Imbalan dan Promosi, Pelayanan dan Murah, Keunggulan, e-banking, Eksternal serta Status Bank*. Karena ke delapan faktor tersebut mempunyai angka eigenvalues diatas 1.
- Dari delapan variabel, hanya ada enam variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk Tabungan yaitu: *Tampilan menarik, Berkartu ATM, Ada Imbalan dan Promosi, Pelayanan dan Murah, e-banking, serta Status Bank*. Karena ke enam variabel ini memiliki angka signifikansi dibawah kriteria $< 0,05$, yaitu masing-masing 0,005; 0,026; 0,023; 0,022; 0,014 dan 0,049 dan yang paling dominan mempengaruhi adalah *Tampilan menarik* dengan angka Sig. yang paling rendah yaitu 0,005.
- Dari pengolahan SPSS variabel entered/Removed ternyata hanya tiga variabel yang membentuk fungsi Diskriminan, yakni Variabel: *e-banking, Tampilan menarik dan Status Bank*. Dan memiliki angka Wilk's Lambda masing-masing: 0,925; 0,852 dan 0,791. Dengan demikian variabel yang membedakan keputusan konsumen dalam memilih sebuah produk Tabungan adalah: *e-banking, Tampilan menarik dan Status Bank*.
- Dari hasil validasi mendekati angka 50% yaitu 43,50% maka fungsi Diskriminan yang terbentuk dianggap tepat untuk menggolongkan seorang penabung berdasar *e-banking, Tampilan menarik dan Status Bank*.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA