Yoyo... Pusat
UNIV... ...ANA
P... ...at
Sumber : S
Tanggal : 13-1-09
No. Reg. : 1. T08090054
2. TE/09/054

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ANALISIS PERBEDAAN ALASAN DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN ANTARA NASABAH BANK PANIN TERHADAP NASABAH BANK CENTRAL ASIA, BANK MANDIRI DAN UOB BUANA DI WILAYAH DEPOK

KARYA AKHIR

Oleh:

YUDI HARYANSYAH
5510.511.0051

Buku ini milik
PERPUSTAKAAN UMB
Harap dijaga keutuhannya

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JAKARTA
2008

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ANALISIS PERBEDAAN ALASAN DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN ANTARA NASABAH BANK PANIN TERHADAP NASABAH BANK CENTRAL ASIA, BANK MANDIRI DAN UOB BUANA DI WILAYAH DEPOK

KARYA AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana Program Magister Manajemen

O l e h :

YUDI HARYANSYAH
5510.511.0051

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
J A K A R T A
2 0 0 8

ABSTRAK

YUDI HARYANSYAH ; Analisis Perbedaan Alasan Dalam Memilih Produk Tabungan Antara Nasabah Bank Panin Terhadap Nasabah Bank Central Asia, Bank Mandiri, Dan UOB Buana Di Wilayah Depok, di bawah Bimbingan Prof. DR. Noor Fuad, MBA dan Endi Rekarti, SE., ME.

Persaingan antar bank di Indonesia dewasa ini semakin kompetitif. Peningkatan persaingan antar bank tersebut erat kaitannya dengan deregulasi perbankan di Indonesia, khususnya dengan dikeluarkannya UU Nomor 10 Tahun 1998. Tahun 2008 merupakan tahun yang sangat istimewa bagi industri perbankan. Pada tanggal 27 Januari 2008, Bank Indonesia bersama industri perbankan mencanangkan gerakan edukasi kepada masyarakat dengan tema "Ayo Ke Bank".

Dalam menghadapi persaingan, khususnya dalam pemasaran produk tabungan, bank harus mempunyai suatu strateji pemasaran yang efektif. Strateji pemasaran yang terdiri dari unsur – unsur pemasaran yang terpadu dari 7 P dalam dunia marketing, yaitu : *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence* strateji pemasaran ini selalu berkembang dan sejalan dengan gerak perusahaan serta perubahan-perubahan lingkungan pemasarannya, yang tentu saja membawa perubahan perilaku konsumen (nasabah). Jadi penyusunan strateji pemasaran menyangkut proses interaksi antara kekuatan pemasaran di dalam perusahaan dan keadaan di luar perusahaan.

Dalam pengembangan strateji, pemasaran produk tabungan, bank perlu mengidentifikasi gambaran lingkungan strateji perusahaan dan kegiatannya ditinjau dari aspek internal maupun eksternal perusahaan. Strateji Perusahaan dapat diteliti secara Deskriptif dan Analisis Diskriminan

Profil nasabah yang terdiri dari umur, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, pengeluaran, bank utama, bank kedua, jangka waktu menjadi nasabah, dan rata-rata saldo tabungan perbulan merupakan salah satu aspek yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi maupun sebagai tolak ukur pola persepsi nasabah, terhadap kinerja bank dan jumlah nasabah produk tabungan.

Variabel yang mempengaruhi pilihan nasabah Bank Panin, Mandiri, BCA dan UOB Buana dalam hal alasan untuk pemilihan produk tabungan dari urutan terbesar sampai dengan yang terkecil adalah : Antrian, ATM, Profesional, Bunga, dan Jaminan Keamanan. Dari 5 (lima) variabel yang menjadi pilihan utama nasabah dalam hal alasan memilih produk tabungan pada suatu bank, variabel antrian merupakan variabel yang paling membedakan (*discriminate the most*), dalam artian variabel yang paling menentukan alasan menjadi nasabah Bank Panin, Bank Mandiri, BCA dan UOB Buana. Variabel selanjutnya adalah ATM, Profesional, Bunga, dan Jaminan Keamanan.

Orang menabung pada Bank Mandiri dan UOB Buana ditentukan oleh variabel antrian, sedangkan nasabah menabung di BCA ditentukan oleh variabel profesional dan ATM, sedangkan orang yang menabung di Bank Panin ditentukan oleh variabel jaminan keamanan dan bunga.

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul	:	Analisis Perbedaan Alasan Dalam Memilih Produk Tabungan Antara Nasabah Bank Panin Terhadap Nasabah Bank Central Asia, Bank Mandiri dan UOB Buana di Wilayah Depok
Nama	:	Yudi Haryansyah
NIM	:	55105110051
Program	:	Pascasarjana Program Magister Manajemen
Konsentrasi	:	Manajemen Pemasaran (MPS)
Tanggal	:	Juli 2008

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Dr. Ir. Har Adi Basri, MEc)

Pembimbing I

(Prof. Dr. Noor Fuad, MBA)

Pembimbing II

(Endi Rekarti, SE., ME)

PERNYATAAN KEASLIAN (*ORIGINALITAS*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa	:	Yudi Haryansyah
NIM	:	55105110051
Program	:	Pascasarjana Magister Manajemen
		Konsentrasi Manajemen Pemasaran (MPS)

Dengan ini menyatakan bahwa karya akhir dengan judul :

Analisis Perbedaan Alasan Dalam Memilih Produk Tabungan Antara Nasabah Bank Panin Terhadap Nasabah Bank Central Asia, Bank Mandiri dan UOB Buana di Wilayah Depok.

Adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah dipublikasikan. Semua sumber dan informasi yang digunakan dalam karya akhir ini telah dinyatakan secara jelas dan dapat dipertanggung jawabkan.

Jakarta, Juli 2008



Yudi Haryansyah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil a'lamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas limpahan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat memperoleh kesempatan menyelesaikan karya akhir ini sebagai tanda berakhirnya studi Program Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulisan karya akhir ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Manajemen Pascasarjana (S2) dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran (MPS) di Universitas Mercu Buana Jakarta. Judul penulisan karya akhir ini adalah **"ANALISIS PERBEDAAN ALASAN DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN ANTARA NASABAH BANK PANIN TERHADAP NASABAH BANK CENTRAL ASIA, BANK MANDIRI DAN UOB BUANA DI WILAYAH DEPOK "**

Karya akhir ini membahas permasalahan perbedaan alasan dalam memilih produk tabungan antara nasabah Bank Panin Terhadap Bank Central Asia, Bank Mandiri, dan UOB Buana di Wilayah Depok.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel antrian merupakan variabel yang paling membedakan (*discriminate the most*), dalam artian variabel yang paling menentukan alasan menjadi nasabah Bank Panin, Bank Mandiri, BCA dan Bank Buana. Variabel selanjutnya adalah ATM, Profesional, Bunga, dan Jaminan Keamanan.

Pelaksanaan penelitian ini terasa menjadi lancar karena berkat ijin dari ALLAH SWT serta motivasi, bantuan, dukungan dan do'a dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini, karena itu pada kesempatan

yang baik ini dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Papa Helmy dan Mama Arlinda yang telah membesarkan, mendo'akan, mendukung serta memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi dalam meraih cita-cita.
2. Adikku M. Aldyansyah Satria tersayang yang telah mendo'akan serta memberikan dukungan moril kepada penulis.
3. Flora Adiosa, SH., MM, seseorang yang mengisi hari-hari penulis dengan penuh kasih, selalu memberikan dukungan, mendo'akan dan setia mendampingi selama perkuliahan hingga selesainya karya akhir ini.
4. Keluarga besar Om Adi Mesra beserta Tante Riani, Dayo dan Dita di Bogor yang selalu memberikan dorongan dan semangat.
5. Pimpinan dan seluruh staff PT. Bank Panin, Tbk KCU Bogor KCP Depok yang telah mendukung dan banyak membantu penulis demi kelancaran penyelesaian karya akhir ini.
6. Prof. Dr. Noor Fuad, MBA selaku pembimbing utama yang dengan segala kebaikannya telah meluangkan waktu, fikiran, tenaga, dan memberikan bimbingan, masukan serta pengarahan kepada penulis hingga karya akhir ini dapat selesai.
7. Endi Rekarti, SE., ME, selaku pembimbing kedua yang dengan segala kebaikannya telah memberikan dukungan, masukan,

pengarahan yang sangat bermanfaat kepada penulis hingga karya akhir ini dapat selesai.

8. Dr. Ir. Mustika Purwanegara, MSc, sebagai penelaah pada waktu seminar dan telah memberikan pengarahan dan bimbingan.
9. Dr. A. Arief Adnan, MBA, selaku penguji dalam sidang karya akhir yang telah memberikan pengarahan, dan masukan dalam kesempurnaan karya akhir penulis.
10. Dr. Ir. Har Adi Basri, MEc selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan Moderator penulis pada waktu sidang karya akhir yang telah memberikan pengarahan, dan masukan dalam kesempurnaan karya akhir penulis.
11. Seluruh Dosen, Staff dan seluruh civitas akademika Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan pelayanan dan proses belajar mengajar yang sangat baik sehingga membantu penulis dalam penyelesaian kuliah.
12. Teman-teman kuliah, Pak Sigit, Mba Iren, Pak Sunar dan terutama teman - teman sekelas Angkatan Tahun 2005 atas kebersamaannya selama ini, sehingga membuat penulis dapat menyelesaikan kuliah tepat waktu.
13. Teman-teman Jojong Kru, Burhan, Mas Teguh, Dody, Anis, Rini dan Dwi yang senantiasa memberikan dorongan dan semangat sehingga karya akhir ini bisa terselesaikan.
14. Bang Iwan, Haidir dan Asep yang telah membantu penulis dalam rangka penyusunan karya akhir ini.

15. Serta rekan-rekan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga semua bantuan dan kebaikan mereka menjadi amal dan kebajikan yang akan mendapat balasan pahala yang setimpal dari ALLAH SWT. Amin yaa robbal alamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis berbesar hati untuk menerima saran dan kritik atas segala kekurangan yang ada, namun walaupun demikian penulis berharap penulisan karya akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, Juli 2008

Penulis

Buku ini milik
PERPUSTAKAAN UMB
Harap dijaga keutuhannya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

ABSTRAK ii

HALAMAN PENGESAHAN..... iii

PERNYATAAN KEASLIAN (ORIGINALITAS)..... iv

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL..... xii

DAFTAR GAMBAR..... xv

DAFTAR LAMPIRAN..... xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.5 Sistematika Penulisan 6

BAB II STUDI PUSTAKA

2.1 Profil Responden 8
2.2 Perilaku Konsumen 8
2.3 Strateji Pemasaran 10
2.4 Tabungan 13
2.5 Kerangka Berfikir 15
2.6 Hipotesis Penelitian 16

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 17
3.2 Metodelogi Penelitian 17
3.3 Populasi dan Sampel 19
3.3.1 Populasi 19
3.3.2 Sampel 20
3.4 Prosedur Pengumpulan Data
3.4.1 Penelitian Kepustakaan..... 20
3.4.2 Penelitian Lapangan 21

3.5 Instrumen Penelitian dan Analisa Data
3.5.1 Instrumen Penelitian 21
3.5.2 Teknik Analisa Data 30
3.5.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 31
3.5.2.2 Analisis Deskriptif 33
3.5.2.3 Analisis Diskriminan..... 33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian 35
4.2 Uji Instrumen 36
4.2.1 Uji Validitas 36
4.2.2 Uji Reliabilitas 38
4.3 Analisis Deskriptif Karakteristik Demografi 40
4.3.1 Usia Responden 41
4.3.2 Jenis Kelamin Responden 42
4.3.3 Status Pernikahan 42
4.3.4 Pendidikan Responden 43
4.3.5 Pekerjaan Responden 44
4.3.6 Tingkat Penghasilan Responden 44
4.3.7 Tingkat Pengeluaran Responden 45
4.3.8 Tempat Menabung Responden 46
4.3.9 Bank Kedua Responden 47
4.3.10 Lama Menabung 48
4.3.11 Rata - Rata Saldo 49
4.3.12 Analisis Tempat Menabung Bank Utama Berdasarkan Usia Responden 49
4.3.13 Analisis Tempat Menabung Bank Kedua Berdasarkan Usia Responden..... 50
4.3.14 Analisis Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Usia Responden.. 51
4.3.15 Analisis Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Jenis Kelamin..... 52
4.3.16 Analisis Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Status Perkawinan..... 53
4.3.17 Analisis Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 54
4.3.18 Analisis Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Pekerjaan..... 55
4.4 Analisis Diskriminan 57
4.5 Analisis Bank-Bank Pembanding 81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 84
5.2 Saran 86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KUESIONER

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Kisi-Kisi Instrumen Profil Nasabah	23
3.2	Kisi-Kisi Instrumen Persepsi Nasabah	26
3.3	Kisi-Kisi Instrumen Bank – Bank Pembanding	29
4.1	Hasil Uji Validitas Dalam Perbedaan Alasan	37
4.2.1	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	39
4.2.2	Reliabilitas Statistik	40
4.3.1	Usia Responden	41
4.3.2	Jenis Kelamin Responden	42
4.3.3	Status Pernikahan Responden	43
4.3.4	Pendidikan Responden	43
4.3.5	Pekerjaan Responden	44
4.3.6	Tingkat Penghasilan Responden	45
4.3.7	Tingkat Pengeluaran Responden	46
4.3.8	Tempat Menabung Responden	47
4.3.9	Bank Kedua Responden	48
4.3.10	Lama Menabung	48
4.3.11	Rata-Rata Saldo	49
4.3.12	Tempat Menabung Bank Utama Berdasarkan Usia Responden	50
4.3.13	Tempat Menabung Bank Kedua Berdasarkan Usia Responden	51

4.3.14 Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Usia Responden..... 52

4.3.15 Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Jenis Kelamin..... 53

4.3.16 Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Status Perkawinan..... 54

4.3.17 Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Tingkatan Pendidikan..... 55

4.3.18 Tempat Menabung Secara Keseluruhan Berdasarkan Pekerjaan Responden..... 56

4.4.1 Analisis Output Responden Berjumlah 100 Orang, Semuanya Valid..... 57

4.4.2 Hasil Analisis Diskriminan Tempat Menabung Terhadap 14 Variabel..... 57

4.4.3 Analisis Diskriminan – Data Hasil Analisis..... 64

4.4.4 Variabel Data Yang Dimasukan Dan Data Yang Dibuang Untuk Proses Analisis Diskriminan..... 65

4.4.5 Variabel Data Yang Dimasukan Dan Dianalisis..... 66

4.4.6 Variabel Data Yang Tidak Dimasukan Dan Tidak Dianalisis..... 68

4.4.7 *Eigenvalues*..... 74

4.4.8 *Wilks' Lamda*..... 74

4.4.9	*Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients*	76
4.4.10	Korelasi Kanonical	77
4.4.11	Urutan koefisien Dari Yang Terkecil Sampai Terbesar	78
4.4.12	Hasil Hubungan Berdasarkan Korelasi Terhadap Bank Utama	78
4.4.13	Hasil Klasifikasi	80
4.5.1	Persepsi Nasabah Bank Panin Tentang Kesan "Kemudahan"	81
4.5.2	Persepsi Nasabah BCA Tentang Kesan Jumlah ATM	81
4.5.3	Persepsi Nasabah Bank Mandiri Tentang Kesan Nasabah Terbanyak	82
4.1	Persepsi Nasabah UOB Buana Tentang Kesan Kekeluargaan	83
5.1	Koefisien Pada Unsur Matrix	85
5.2	Persepsi Nasabah Bank Panin Tentang Kesan "Kemudahan"	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Perumusan Strateji Pemasaran.....	12
2.2	Kerangka Pemikiran Konseptual.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Untuk Responden	90
2	Hasil Input Data	95