

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

Dalam pengembangan strategi, pemasaran produk tabungan, bank perlu mengidentifikasi gambaran lingkungan strategi perusahaan dan kegiatannya ditinjau dari aspek internal maupun eksternal perusahaan. Strategi 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.