

ABSTRACT

Students graduated from S1 Program are interesting customers for banks in most countries in the world, including Indonesia. S1 students could be a good market that give benefits to the banks. The banks planning to attract this market have to understand how these individuals choose the banks and analyze what important criteria that influences their choices.

This study uses S1 students of Mercu Buana University as a sample, and the aim of this study is to arrange various dimensions influencing the individuals' decisions to choose the bank and need how homogeneous the S1 students in relation to their choices in making their decisions are.

It is identified that there are 5 aspect dimensions that determine their choices i.e. condition and the profitability of banks, facilities available and family opinions, performance, services, and other opinions.

The most determinant factor in the bank selection criteria is based on the rank of the S1 students. The first criteria is service. Service is the professionalism of the bank's employees in giving their services. The second is facilities and family opinions. And the third is condition and benefit given by the bank.

Responses from the S1 students of the Faculty of Economics and the working students studying at the S1 Program of the Faculty of Economics, Mercu Buana University, either males or females, and users of one bank and more than one banks, have their opinion that the most unimportant criteria is family opinion.

Based on this different sex, male or female, it is known male students think that service is more important than what female students think. The result of T test also shows the significant differences of bank selection criteria chosen by the students and the working students studying at the Faculty of Economics, as well as by the users of one bank and more than one banks.

ABSTRAK

Para mahasiswa program Studi S-1 merupakan segmen pelanggan yang menarik bagi bank-bank di banyak Negara di dunia, termasuk Indonesia. Pangsa pasar mahasiswa program Studi S-1 dapat menjadi segmen pasar yang menguntungkan bagi bank-bank. Bank - bank yang berencana untuk menarik segmen pasar ini harus memahami bagaimana individu - individu yang termasuk kelompok ini memilih bank dan menganalisa kriteria penting apa yang mempengaruhi pemilihan bank.

Studi ini menggunakan sample mahasiswa program Studi S-1 pada Universitas Mercu Buana, dan bertujuan untuk menyusun berbagai dimensi yang mempengaruhi keputusan memilih bank dan membutuhkan betapa homogenya para mahasiswa program Studi S-1 dalam hubungan keputusan pemilihannya.

Diidentifikasi ada 5 dimensi aspek yang menentukan dalam pemilihan bank, yaitu: kondisi dan keuntungan bank, fasilitas dan pendapat keluarga, penampilan, pendapat diluar keluarga dan pelayanan.

Faktor yang paling menentukan dalam kriteria seleksi bank berdasarkan rangkin oleh mahasiswa program Studi S-1, pertama adalah, Pelayanan, yaitu profesionalisme para staf bank dan layanan yang ditawarkan kedua adalah Fasilitas dan pendapat keluarga, dan ketiga adalah, kondisi dan manfaat/keuntungan yang diberikan oleh bank.

Jawaban dari mahasiswa yang belum atau sudah bekerja pada Fakultas Ekonomi program Studi S-1, sebagaimana juga laki-laki dan perempuan dan pengguna satu atau lebih bank, kriteria yang paling tidak penting adalah, pendapat diluar keluarga.

Berdasarkan perbedaan antara laki-laki dan perempuan, diketahui bahwa mahasiswa laki-laki menganggap faktor pelayanan lebih penting dari pada perempuan. Hasil uji T juga menunjukkan perbedaan yang signifikan tentang kriteria seleksi bank berdasarkan perbedaan mahasiswa yang belum / sudah bekerja dan pengguna satu atau lebih bank.

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa
Dalam Pemilihan Bank**

Nama : **Hermaji**

N. I. M. : **5510411 – 080**

Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Tanggal : **Oktober 2007**

Mengesahkan

Direktur Program Magister Manajemen

Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Dr. Arief A. Adnan, MBA

Endi Rikarti, SE., ME

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar –
benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa
Dalam Pemilihan Bank**

Nama : Hermaji

N. I. M. : 5510411 – 080

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Oktober 2007

Hermaji

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata dua, pada Program Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran, di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada tesis ini penulis mengambil judul ***“Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Pemilihan Bank”***, sebuah studi analisis tentang pemilihan bank yang dilakukan oleh Mahasiswa.

Tesis ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Arief A. Adnan, MBA, selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Endi Rikarti, SE., ME selaku Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan tenaga, waktu, pikiran dan saran untuk perbaikan penyempurnaan penulisan tesis sampai karya akhir ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. H. Suharyadi, MS dan Bapak Ir. Dana Santoso, M.Eng.SC., PhD, selaku Rektor Universitas Mercu Buana dan selaku Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan bimbingan dan bantuan bagi kelancaran kegiatan dan aktivitas

akademika selama penulis melaksanakan perkuliahan Program Magister Manajemen.

3. Para Dosen dan Staf Sekretariat Universitas Mercu Buana, khususnya para civitas akademika di Kampus Meruya, yang telah memberikan bimbingan, kuliah dan bantuan kelancaran kegiatan dan aktivitas akademika selama penulis melaksanakan perkuliahan Program Magister Manajemen.
4. Ibundaku terkasih, Isteri dan Anak – anak tercinta, kakak, adik serta keluarga besar kami, atas doa, dukungan moril dan materiil, serta pengorbanannya sehingga dengan hidayah-Nya dan ridho Allah SWT penulis dapat menyelesaikan pendidikan program Magister Manajemen.
5. Para responden penelitian tesis ini, atas bantuan dan dukungannya dalam mengisi kuisioner sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, masih ada beberapa hal yang memungkinkan untuk dapat diperbaiki, untuk itu kritik dan saran sangat diharapkan demi sempurnanya penulisan Tesis ini, kami sampaikan permohonan maaf bagi semua pihak bila selama dalam masa perkuliahan dan penulisan tesis ini penulis berbuat kesalahan yang tidak penulis sadari, semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua. Amin...

Jakarta, Oktober 2007

Penulis

DAFTAR ISI

Abstract	ii
Abstrak	iv
Lembar Pengesahan Tesis	vi
Pernyataan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Pokok Permasalahan	3
	1.3. Tujuan Penelitian	4
	1.4. Manfaat Penelitian	5
	1.5. Pembatasan Penelitian	6
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	7
	2.1. Tinjauan Pustaka	7
	2.1.1. Market Segmentation	8
	2.1.2. Demografi sebagai suatu Variabel Segmentasi	9
	2.1.3. Karakteristik Demografi berdasarkan jenis kelamin	10
	2.1.4. Mahasiswa sebagai Segmen Pengguna Bank	12
	2.1.5. Kriteria – kriteria dalam pemilihan suatu bank	14
	a. Penampilan	14

b. Kelengkapan Pelayanan	15
c. Proses Manusia	16
1. Pendapat Orang tua	16
2. Pendapat teman	18
d. Pengaruh Non Manusia	19
e. Kedekatan Lokasi	20
f. Pelayanan Elektronik	21
1. Internet Banking	21
2. Fasilitas ATM	23
g. Perasaan Aman (<i>Secure Feeling</i>)	24
2.1.6. Tingkatan Kriteria Pemilihan Bank dilihat dari Pandangan Secara Umum	26
2.1.7. Tingkatan Kriteria Pemilihan Suatu Bank Menurut Persepsi Manusia	29
2.1.8. Studi Perbandingan yang dilakukan dalam Kaitannya dengan Pemilihan Suatu Bank	31
2.1.9. Single dan Multiple Banking	33
a. <i>Single Banking</i>	33
b. <i>Multiple Banking</i>	34
1. Ditinjau dari sudut pandang Bank	35
2. Ditinjau dari sudut pandang konsumen	35
2.2. Kerangka Pemikiran	36
2.3. Hipotesis	38

BAB III	METODE PENELITIAN	40
	3.1. Metode Penelitian	40
	3.2. Variabel dan Pengukurannya	41
	3.3. Operasional Variabel	42
	3.4. Prosedur Pengambilan Sampling	43
	3.5. Teknik Pengumpulan Data	44
	3.6. Metode Analisa Data	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN	47
	A. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	47
	49
	B. Karakteristik Responden	75
	78
	C. Pengujian Hipotesis	80
	
	1. Pengujian Hipotesa H_{01}	
	2. Pengujian Hipotesa H_{02}	
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
	A. Kesimpulan	86
	88
	B. Implikasi Manajerial	90
	
	C. Saran	
	

DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95
KUISIONER	95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	106