

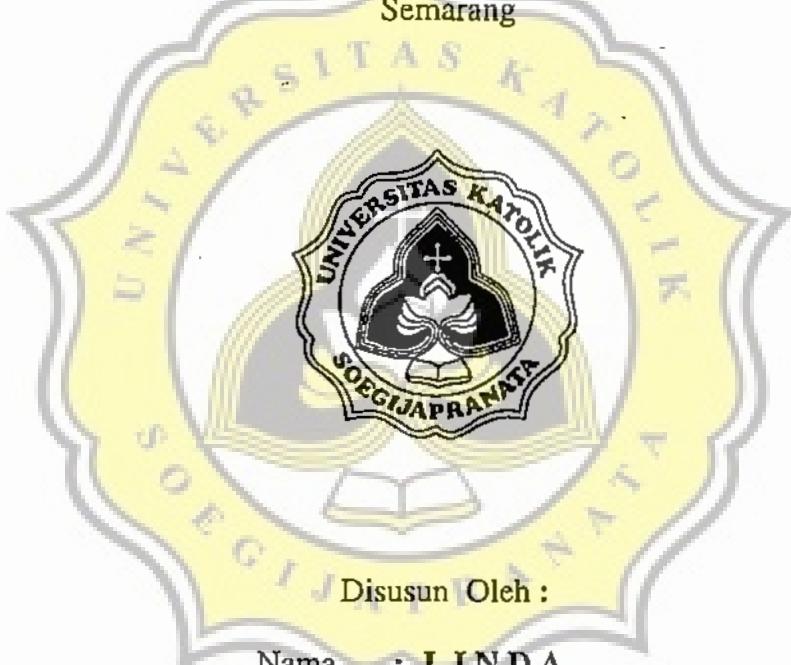


ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH MENABUNG DI BANK X CABANG SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

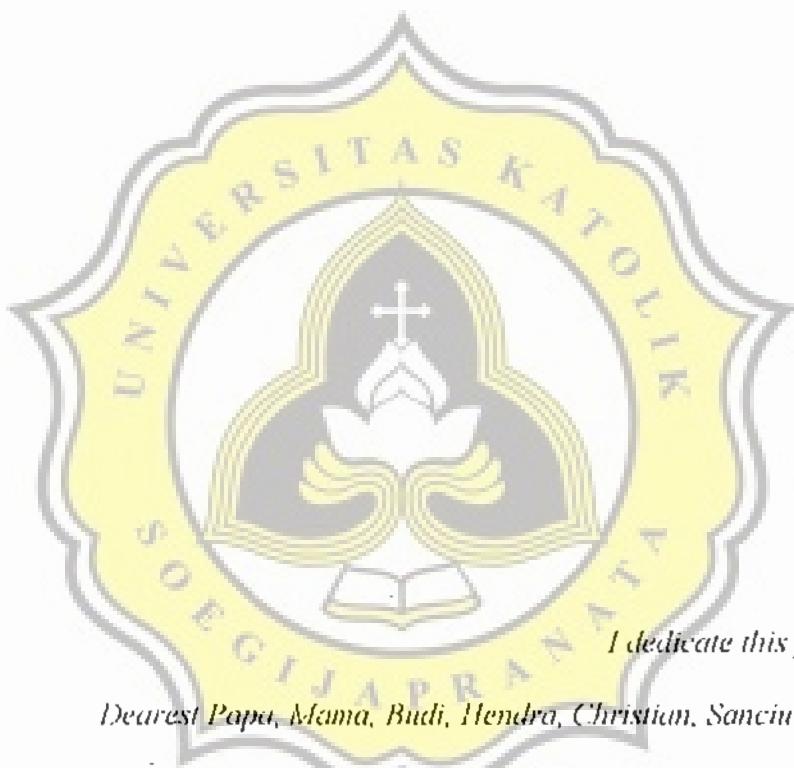


Disusun Oleh :

Nama : LINDA
NIM : 97.30.3000
NIRM : 97.6.111.02016.50022
Jurusan : Manajemen

| | |
|----------------|------------------|
| DISERAH KEPADA | INV. / EM / C. 4 |
| No. PEN. | 1288 |
| FARAP. | TGL. 23/08/02 |

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2002



I dedicate this paper to :

Dearest Papa, Mama, Budi, Hendra, Christian, Sanciu & family,

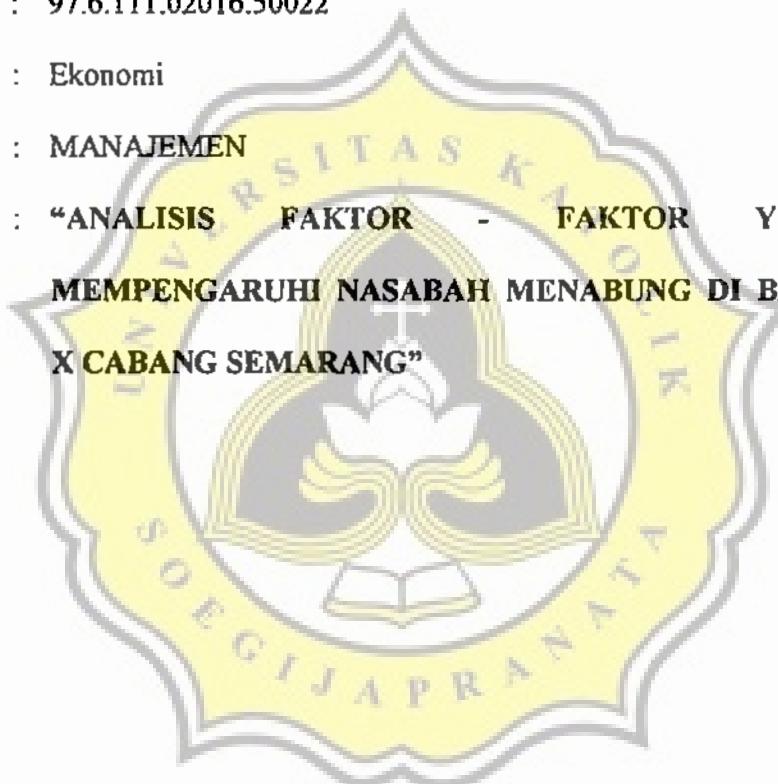
Yen2, Lisy, Suryati, Fanny, Nov, S, Yulia, Melliana, Julia, Setyo,

And all my friends which i can't write one by one .

Thanks for all your support for me.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Linda
NIM : 97.30.3000
NIRM : 97.6.111.02016.50022
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : MANAJEMEN
Judul : "ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI NASABAH MENABUNG DI BANK
X CABANG SEMARANG"



Disetujui di Semarang, Juli 2002

Pembimbing Utama

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Heru Sutantio". Below the signature is a horizontal line.

(Drs. Heru Sutantio)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**JUDUL : "ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NASABAH MENABUNG DI BANK X CABANG SEMARANG "**

Disusun Oleh :

Nama : LINDA

NIM : 97.30.3000

NIRM : 97. 6. 111. 02016. 50022

**Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :**

Hari : Senin

Tanggal : 22 Juli 2002



Semarang, 22 Juli 2002

Dekan Fakultas Ekonomi

(Vincent Didiek WA, Ph.D)

Koordinator Penguji

(Dra. Retno Yustini, Msi)

ABSTRAK

Dewasa ini, setiap usaha tidak pernah luput dari berbagai masalah, dimana masalah tersebut dapat dijadikan rintangan maupun peluang. Salah satu masalah di dalam dunia usaha tersebut adalah dalam dunia perbankan yakni bagaimana cara mendapatkan dan meningkatkan jumlah nasabah agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Persaingan di dalam perbankan ini juga dialami bank X. Untuk meningkatkan jumlah nasabah, bank X melakukan berbagai cara, diantaranya yaitu berusaha meningkatkan pelayanan serta melakukan promosi secara besar – besaran.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan peneliti dari tujuh variabel *marketing mix* yang diajukan pada responden, diantaranya produk, harga, lokasi, promosi, personal, fasilitas fisik serta proses manajemen, diperoleh 27 variabel yang mempengaruhi nasabah menabung di bank X cabang Semarang. Berdasarkan penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "*Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Bank X Cabang Semarang*".

Perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah apa saja yang menjadi faktor - faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di bank X cabang Semarang.

Pembatasan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah faktor - faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di bank X cabang Semarang, yang dilihat dari strategi bauran pemasaran jasa atau 7P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), personal (*people*), fasilitas fisik (*physical facilities*) dan proses manajemen (*process management*). Penelitian dilaksanakan pada bulan April tahun 2002. Sedangkan tujuan penelitian yakni untuk mengetahui faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank X cabang Semarang. Manfaat penelitian ini bagi bank X adalah diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber masukan dalam pengambilan kebijakan program - program yang akan dilakukan di masa yang akan datang, sedangkan bagi masyarakat dan peneliti lain diharapkan dapat berguna untuk penelitian - penelitian sejenis.

Lokasi penelitian ini adalah bank X di jalan Pemuda cabang Semarang, sedangkan objek penelitiannya adalah seluruh nasabah yang menabung di bank X dengan teknik penentuan sampel yaitu *accidental sampling*. Jenis pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primier yang dikumpulkan dengan teknik kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari berbagai pustaka.

Untuk mengetahui sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, maka digunakan uji validitas. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas kuesioner adalah koefisien *product moment Pearson* atau Koefisien korelasi Pearson, dengan taraf signifikansi sama dengan 5%.

Sedangkan untuk menguji sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya digunakan uji reliabilitas. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini

adalah dengan rumus koefisien Alpha Cronbach, yakni apabila hasil koefisien alphanya lebih besar dari 0,5 maka kuesioner tersebut reliabel, sebaliknya bila lebih kecil dari 0,5 maka kuesioner tersebut tidak reliabel (Azwar, 1992 : 35). Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistic Practical for Social Science*).

Metode pengukuran data yang digunakan adalah skala Likert, yakni untuk mengukur sikap nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank X cabang Semarang.

Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Analisis faktor adalah metode statistik yang digunakan untuk meringkas informasi dalam jumlah banyak yang dihasilkan dari proses pengukuran (berupa konsep - konsep) menjadi sejumlah dimensi atau *construct* yang lebih kecil (selanjutnya disebut faktor) (Indrianto, 1999 : 212).

Berdasarkan 7P faktor bauran pemasaran yang mencakup 27 variabel tersebut diringkas menjadi 5 faktor yang mencakup 20 variabel. Faktor - faktor tersebut dipergunakan untuk mengetahui apa saja yang menjadi keputusan nasabah menabung di bank X cabang Semarang. Lima faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di bank X cabang Semarang tersebut antara lain : faktor pelayanan (pelayanan ramah tamah, kecepatan dan ketepatan pelayanan, cara komunikasi personal, keseriusan dalam melayani nasabah, *Customer Service* mampu menyelesaikan masalah dengan baik, serta kemudahan prosedur untuk menjadi nasabah), faktor lokasi dan promosi (lokasi bank strategis, iklan menarik, hadiah menarik, serta undian menarik), faktor fasilitas (bolpoin, slip setoran, slip penarikan selalu tersedia, kebersihan lingkungan di sekitar bank terjaga dengan baik, serta AC yang dingin), faktor layanan tambahan dan jaminan dana (jaminan keamanan dana, kelengkapan informasi, ketersediaan brosur informasi layanan, layanan selama jam kerja tanpa terputus, serta biaya jasa ringan) dan faktor teknologi (kemudahan penggunaan ATM serta peralatan dan teknologi canggih).

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Pengasih, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Bank X Cabang Semarang**“ dapat diselesaikan.

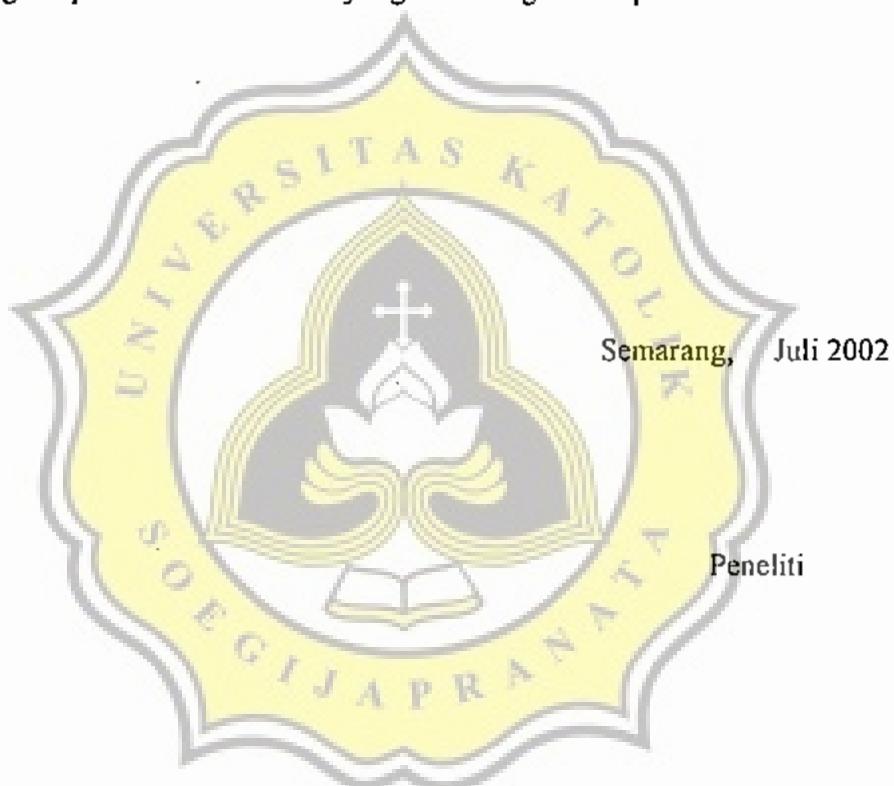
Penelitian skripsi ini ditujukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Vincent Didiek Aryanto WA, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Heru Sutantio selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak Benedictus Karno Budiprasetyo, SE, MM, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh staf bank X yang telah banyak membantu dan sangat bekerja sama dalam pelaksanaan penelitian.

5. Pihak-pihak lain yang peneliti tidak dapat sebutkan satu-persatu yang telah membantu memberikan dukungan baik fisik maupun moral dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca.



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-----------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Pembatasan Masalah | 5 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.6. Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 7 |
| 2.1. Bank | 7 |

| | |
|---|----|
| 2.1.1. Definisi Bank | 7 |
| 2.1.2. Tahap Teknik Bank | 7 |
| 2.2. Perilaku dan Keputusan Konsumen | 9 |
| 2.2.1. Definisi Perilaku Konsumen | 9 |
| 2.2.2. Proses Keputusan Konsumen | 15 |
| 2.3. Komponen <i>Marketing Mix</i> | 17 |
| 2.3.1. Produk (<i>Product</i>) | 17 |
| 2.3.2. Harga (<i>Price</i>) | 18 |
| 2.3.3. Distribusi (<i>Place</i>) | 19 |
| 2.3.4. Promosi (<i>Promotion</i>) | 20 |
| 2.3.5. Personal (<i>People</i>) | 24 |
| 2.3.6. Fasilitas Fisik (<i>Physical Facilities</i>) | 26 |
| 2.3.7. Proses Manajemen (<i>Process Management</i>) | 26 |
| 2.4. Kerangka Pikir Penelitian | 27 |
| 2.5. Definisi Operasional | 28 |
| 2.5.1. Produk | 28 |
| 2.5.2. Harga | 28 |
| 2.5.3. Lokasi | 29 |
| 2.5.4. Promosi | 29 |
| 2.5.5. Personal | 29 |
| 2.5.6. Fasilitas Fisik | 30 |
| 2.5.7. Proses Manajemen | 30 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| BAB III | METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1. | Lokasi Penelitian | 31 |
| 3.2. | Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.3. | Jenis dan Metode Pengumpulan Data | 33 |
| 3.4. | Metode Pengukuran Data | 33 |
| 3.5. | Pengujian Alat Ukur | 34 |
| 3.5.1. | Pengujian Validitas | 34 |
| 3.5.2. | Pengujian Reliabilitas | 36 |
| 3.6. | Metode Analisis Data | 38 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1. | Gambaran Umum Responden | 41 |
| 4.1.1. | Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin | 41 |
| 4.1.2. | Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Jenis Pekerjaan | 42 |
| 4.1.3. | Responden Berdasarkan Status Marital | 43 |
| 4.1.4. | Responden Berdasarkan Penghasilan | 43 |
| 4.2. | Analisis Faktor | 44 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| 5.1. | Kesimpulan | 64 |
| 5.2. | Saran | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

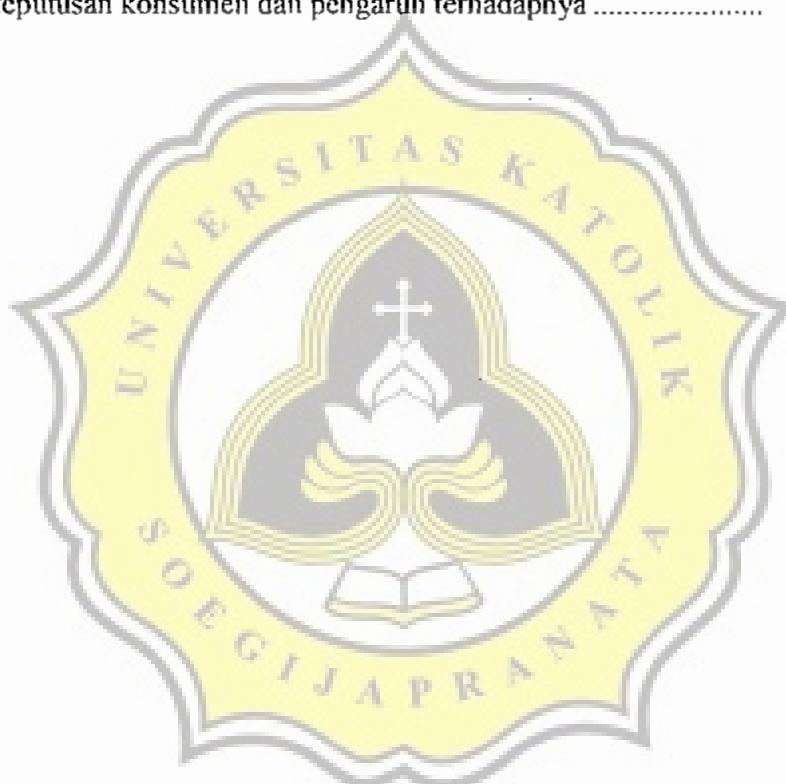
| TABEL | Halaman |
|--|---------|
| 2.1. Perilaku Konsumen dengan Keterlibatan Tinggi dan Keterlibatan Rendah..... | 16 |
| 2.2. Cara Komunikasi Umum..... | 24 |
| 3.5.1. Uji Validitas | 36 |
| 3.5.2. Uji Realibilitas | 38 |
| 4.1.1. Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin..... | 41 |
| 4.1.2. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Jenis Pekerjaan..... | 42 |
| 4.1.3. Responden Berdasarkan Status Marital | 43 |
| 4.1.4. Responden Berdasarkan Penghasilan..... | 43 |
| 4.2. <i>Communalities</i> Nasabah Menabung di Bank X Cabang Semarang..... | 45 |
| 4.3. <i>Total Variance Explained</i> (Komponen, Eigenvalue, Persentase Variance, Persentase Komulatif) Nasabah Menabung di Bank X Cabang Semarang..... | 47 |
| 4.4. <i>Component Matrix</i> (Matriks Faktor/Komponen) Sebelum Rotasi Nasabah Menabung di Bank X Cabang Semarang..... | 50 |
| 4.5. <i>Rotated Component Matrix</i> (Matrik Faktor/Komponen) Setelah Rotasi Nasabah Menabung di Bank X Cabang Semarang..... | 52 |

| | | |
|------|--|----|
| 4.6. | Bobot Nilai Faktor Setelah Rotasi Nasabah Menabung di Bank X | |
| | Cabang Semarang | 58 |
| 4.7. | <i>Final Statistics Nasabah Menabung di Bank X Cabang Semarang, ..</i> | 61 |



DAFTAR GAMBAR

| GAMBAR | Halaman |
|--|----------------|
| 2.1. Pandangan umum yang lengkap terhadap model perilaku pengambilan keputusan konsumen dan pengaruh terhadapnya | 15 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner
- Lampiran B Data responden
- Lampiran C Hasil uji validitas dan realibilitas
- Lampiran D Hasil analisis faktor
- Lampiran E Tabel *r product moment*

