

*Karya Tulis Utama
PPL 2012/2013*

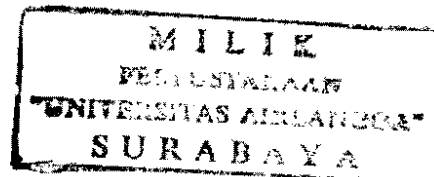
**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR
YANG MENENTUKAN PERILAKU KONSUMEN
DALAM MENABUNG DI BANK UNIVERSAL
CABANG SURABAYA**

KARYA TULIS UTAMA

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mencapai derajat Magister Manajemen**



*KK
MM. 71/99
Kar
a*



OLEH :

TEGUH BUDI KARYANTO

049510227 M

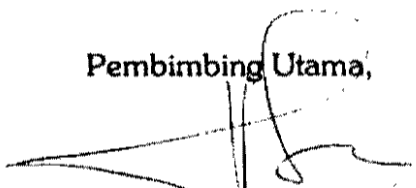
**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1997**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR
YANG MENENTUKAN PERILAKU KONSUMEN
DALAM MENABUNG DI BANK UNIVERSAL
CABANG SURABAYA**

Oleh :
TEGUH BUDI KARYANTO
(049510227 M)

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama,



DR.H.M. Harry Susanto,SE,SU.
NIP: 130

Tanggal: 6/2/1997



Mengetahui,
Dekan Program Magister Manajemen
Pasca Sarjana Universitas Airlangga

Drs. E.H. Suherman Rosyidi, M.Com.
NIP: 130517220

Tanggal:

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa :

Nama : Teguh Budi Karyanto

NIM : 049510227 M

Telah melakukan penyempurnaan/perbaikan terhadap Karya Tulis Utama yang berjudul: "Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen Dalam Menabung di Bank Universal Cabang Surabaya" sebagaimana disarankan penguji.

Surabaya, 1 April 1997.

Sekretaris,

DR.H.M.Hary Susanto,SU.

Prof. V. Henky Supit, Ak.

Anggota,

Ketua Penguji,

Drs.Ec.H.Suherman Rosyidi,M.Com.

F.A. Handoko Sasmito, MBA.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan rasa syukur ke hadirat Allah SWT. yang dengan rahmat dan inayahNya, penulis telah dapat menyelesaikan tugas Karya Tulis Utama dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen dalam Menabung di Bank Universal" sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen Universitas Airlangga Surabaya.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan Karya Tulis Utama ini, terutama kepada: Bapak DR. H.M. Harry Susanto, SE. SU. selaku dosen pembimbing, Bapak Drs.Ec.H. Suherman Rosyidi, M.Com. selaku Direktur Program Magister Manajemen Universitas Airlangga Surabaya, seluruh Pengajar dan Staf Program Magister Manajemen Universitas Airlangga Surabaya, Pemimpin Cabang dan seluruh Staf Bank Universal Cabang Surabaya, yang telah memberi dorongan moral yang sangat besar kepada penulis dan telah meluangkan waktunya untuk melayani penulis berkonsultasi. Mereka akan dikenang sebagai pihak-pihak yang berjasa dalam meestafetkan penulis dari satu batu ke batu loncatan yang lain.

Akhirnya, atas bantuan dan berbagai kemudahan yang penulis peroleh dari semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, dan terutama kepada istri dan anak-anak tercinta, penulis sungguh-sungguh mengucapkan: "Semoga Allah SWT. mencatat semua bantuan tersebut sebagai amal yang saleh".

Surabaya, Pebruari 1997

Teguh Budi Karyanto

ABSTRACT

The policy of 28 October 1988 (Pakto 88) has not only increased the number of banks but also the public fund collected by the national banking. In the line with the increasing number of banks and collected public fund, the offered banking products are getting more and more various.

Such circumstances typically attract the bank customers, since a great number of banks offer variously promising prizes to their customers, especially to those saving ones. Consequently, it makes their customers not loyal to them.

This research attempts to find out the factors affecting the customers saving decision to save in Universal Bank. In addition, it also tests the hypothesis whether the customers different characters affect their saving behavior.

The field findings show that there are two factors affecting the customers saving decision in Universal Bank, i.e.: Reputation and Business Progressives. It is evidenced that the customers different age, types of business and way of recognizing banks affect their saving decision significantly. In contrast, the customers different education, marital status, and various levels of income do not affect them significantly.

Referring to these findings, the researcher proposes two suggestions in favor of the banks, specifically Universal Bank. Firstly, Universal Bank should care about and improve their reputation and business progressive. Secondly, they should be more oriented to reputation and business progressives.

ABSTRAK

Paket Kebijakan 28 Oktober 1988 (Pakto 88) telah mengakibatkan peningkatan jumlah bank demikian juga dengan dana masyarakat yang dapat dihimpun oleh perbankan nasional. Sejalan dengan meningkatnya jumlah bank dan dana masyarakat, maka diikuti pula meningkatnya produk-produk perbankan yang variatif.

Keadaan demikian mengundang daya tarik tersendiri bagi konsumen (nasabah) atas produk-produk perbankan tersebut, karena adanya iming-iming hadiah yang diberikan oleh sejumlah bank, khususnya nasabah penabung; sehingga menyebabkan para nasabah penabung relatif tidak loyal terhadap bank.

Penelitian ini berusaha menemukan faktor-faktor yang menentukan pemilihan nasabah menabung di Bank Universal. Selain itu penelitian bermaksud menguji hipotesis apakah karakteristik nasabah penabung yang berbeda-beda akan berbeda pula dalam menentukan pilihan menabungnya.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa ada dua faktor yang menentukan pilihan menabung nasabah Bank Universal, yaitu faktor Citra dan Progresivitas Bisnis. Terbukti dalam penelitian ini bahwa karakteristik usia, jenis pekerjaan dan cara mengenal bank yang berbeda-beda, secara signifikan berbeda pula keputusan pilihan menabungnya. Sebaliknya karakteristik pendidikan, status perkawinan, dan tingkat penghasilan nasabah yang bervariasi, tidak berbeda secara signifikan.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut penelitian ini mengajukan saran kepada pihak bank, khususnya Bank Universal, hendaknya memperhatikan dan meningkatkan faktor citra dan progresivitas bisnis banknya. Selain itu dalam memilih segmen pasar dan menentukan bauran pemasaran hendaknya berorientasi pada citra dan progresivitas bisnis.