

ABSTRAKSI

Adanya berbagai produk tabungan yang ditawarkan oleh bank akan memberikan alternatif kepada masyarakat untuk memilih produk tabungan dan pada bank mana ia akan menabung. Keadaan ini menyebabkan timbulnya persaingan yang tajam baik antar bank maupun antar produk tabungan dalam satu bank. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dan mengantisipasi peluang-peluang yang dihadapi bank, maka perlu disusun strategi pemasaran yang tepat, sehingga bank mempunyai keunggulan bersaing dalam kompetisi yang makin ketat ini. Untuk itu antisipasi terhadap kebutuhan dan keinginan penabung sangat penting dalam menghadapi persaingan yang ketat ini.

Sangat penting bagi perusahaan perbankan memahami kebutuhan dan keinginan penabung atau calon penabung serta bagaimana memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Adanya berbagai motif yang berbeda akan menimbulkan sikap yang berbeda pula terhadap atribut-atribut tabungan yang ditawarkan. Pada akhirnya membuat keputusan dalam menabung juga berbeda. Untuk itu studi terhadap perilaku konsumen ini begitu penting karena pemahaman terhadap perilaku konsumen akan bermanfaat bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen.

Secara garis besar teori yang mencoba untuk menjelaskan hubungan antara sikap dan perilaku mengatakan bahwa perilaku nyata (*actual behavior*) akan tampil apabila dalam diri individu yang bersangkutan terdapat niat untuk mewujudkan perilaku. Sedangkan terbentuknya niat berperilaku tersebut dipengaruhi secara langsung oleh sikap untuk berperilaku yang dimiliki oleh seseorang dan norma subjektif (*subjective norm*) yang dimiliki individu.

Hasil singkat penelitian terhadap sikap penabung dan norma subjektif dalam mempengaruhi niat untuk tetap menabung di Tabungan Plus Bank BNI di Sidoarjo adalah sebagai berikut :

1. Sikap Penabung (X_1) dan Norma Subjektif (X_2) secara bersama-sama mempengaruhi Niat untuk tetap menabung di Tabungan Plus Bank BNI di Sidoarjo (Y), hal ini ditunjukkan oleh nilai *R Square* (R^2) atau koefisien determinasi sebesar 0,617 atau 61,7%. Berarti bahwa Sikap Penabung (X_1) dan Norma Subjektif (X_2) secara bersama-sama mempengaruhi Niat untuk tetap menabung di Tabungan Plus Bank BNI di Sidoarjo (Y) sebesar 0,617 atau 61,7%.
2. Berdasarkan nilai $F_{hitung} = 158,375$, dengan tingkat signifikansi terjadinya kesalahan sebesar 0,000, untuk pembuktian hipotesis secara bersama-sama dan t_{hitung} untuk pembuktian hipotesis secara parsial dapat dibuktikan bahwa: "Sikap dan Norma subjektif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk tetap menabung di Tabungan Plus Bank BNI di Sidoarjo", diterima kebenarannya.