

ABSTRAK

Salah satu akibat adanya paket kebijaksanaan bidang perbankan adalah munculnya bank-bank baru. Hal ini menyebabkan persaingan yang makin ketat dalam menghimpun dan mengalokasikan dana masyarakat. Usaha tiap-tiap bank untuk dapat menghimpun dana sebayak-banyaknya dari masyarakat ditempuh melalui bermacam-macam cara, antara lain dengan mengeluarkan jenis-jenis tabungan baru yang dilengkapi dengan sejumlah atribut yang dapat merangsang minat nasabah untuk menabung. Akibatnya nasabah dihadapkan pada berbagai pilihan bank yang menawarkan bermacam-macam atribut yang memikat.

Judul skripsi Studi Tentang Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Sebagai Tempat Menabung. Suatu studi kasus nasabah lima bank swasta di Yogyakarta tahun 1994. Responden yang dipilih sejumlah 100 nasabah yang diambil dari lima bank swasta di Yogyakarta, yaitu Bank Harapan Santosa, Bank Central Asia, Lippo Bank, Bank Niaga dan Bank Bukopin, masing-masing 20 nasabah setiap bank.

Masalah-masalah yang ingin dicari pemecahannya dalam judul tersebut adalah Atribut apa yang mempengaruhi nasabah dalam memilih bank sebagai tempat menabung, apa ada perbedaan perilaku seorang nasabah dengan nasabah lain dalam memilih bank sebagai tempat menabung ditinjau dari variabel produk, harga, tempat dan promosi. Dan penulis mengajukan hipotesis terhadap masalah-masalah tersebut bahwa ada perbedaan perilaku nasabah dalam memilih bank sebagai tempat menabung ditinjau dari variabel produk, harga, tempat dan promosi.

Data diperoleh dari responden dan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Kuesioner ini dibagi dalam dua bagian. bagian pertama berupa pertanyaan umum dan bagian kedua berupa pertanyaan khusus. Sebelum esioner dibagikan diuji menggunakan analisis validitas dan reliabilitas. Data yang terkumpul diolah menggunakan analisis persentase untuk pertanyaan bagian umum, analisis Chi Square dan analisis prioritas untuk pertanyaan bagian khusus.

Dari analisis data dapat diketahui jawaban dari masalah-masalah yang penulis rumuskan yaitu 1) ada perbedaan perilaku nasabah dalam memilih bank sebagai tempat menabung ditinjau dari variabel produk dan harga, hal ini menunjukkan bahwa nasabah dalam memilih bank memperhatikan produk dan harga yang ditawarkan masing-masing bank. 2) tidak ada perbedaan perilaku nasabah dalam memilih bank sebagai tempat menabung ditinjau dari variabel tempat dan promosi hal ini menunjukkan bahwa bagi nasabah tempat dan promosi bank tidak mempengaruhi mereka dalam memilih bank sebagai tempat menabung. 3) Atribut yang paling mempengaruhi nasabah dalam memilih bank, ternyata berbeda-beda namun ada 3 atribut yang cukup berpengaruh yaitu atribut reputasi yang baik, tingkat suku bunga yang ditawarkan dan pelayanan karyawan yang baik.