



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH
MENGUNAKAN TABUNGAN RENCANA MANDIRI
PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK
CABANG LUMAJANG**

TESIS

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Pada Program Studi Magister Manajemen

Universitas Jember

Oleh :

Munif Nur Ahmad

Nim : 030820101041

**UNIVERSITAS JEMBER PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2007

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	iv
SUMMARY	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	6
2.1.2. Konsep Pemasaran.....	6
2.1.3. Proses Pengambilan Keputusan.....	7
2.1.4. Model Perilaku Konsumen.....	8
2.1.5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	9
2.1.6. Pengertian Bank.....	17
2.1.7. Perusahaan Asuransi.....	19
2.1.7.1. Pengertian Perusahaan Asuransi.....	19
2.1.7.2. Manfaat Asuransi.....	19
2.1.7.3. Asuransi Jiwa.....	21
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.1. Persamaan dan Perbedaan Dibanding Dengan Penelitian Terdahulu.....	22

BAB III	KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
3.1.	Kerangka Konseptual.....	24
3.2.	Hipotesis.....	25
BAB IV	METODE PENELITIAN	
4.1.	Ruang Lingkup dan Obyek Penelitian.....	26
4.2.	Populasi dan Sampel.....	26
4.3.	Identifikasi Variabel.....	26
4.4.	Definisi Operasional Variabel.....	27
4.5.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
4.6.	Prosedur Pengambilan atau Pengumpulan Data.....	29
4.7.	Alat-alat Instrumen Penelitian.....	30
4.8.	Transformasi Skala.....	30
4.9.	Teknik Analisis Data.....	31
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1.	Hasil Penelitian.....	34
5.2.	Hasil Analisis.....	37
5.2.1.	Analisis Ketepatan Penggunaan Alat.....	37
5.2.2.	Analisis Faktor.....	38
5.3.	Pembahasan Hasil Analisis.....	39
5.3.1.	Strategi/Fokus Yang Telah Dilakukan BankMandiri Lumajang Dalam Pemasaran Tabungan Rencana Mandiri	51
5.3.2.	Strategi/Fokus Bank Mandiri Kedapan.....	57
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1.	Kesimpulan.....	59
6.2.	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....		62

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 1.1. Fitur-fitur Tabungan Rencana Mandiri.....	3
Tabel 5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin Periode Juni 2006-Desember 2006.....	34
Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia Periode Juni 2006-Desember 2006.....	34
Tabel 5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Pendapatan Perbulan Periode Juni 2006-Desember 2006.....	35
Tabel 5.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Pendidikan Terakhir Periode Juni 2006-Desember 2006.....	36
Tabel 5.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Jenis Pekerjaan Periode Juni 2006-Desember2006.....	37
Tabel 5.6. KMO and Bartlett's Test.....	38
Tabel 5.7. Total Variance Explained.....	46
Tabel 5.8. Component Matrix.....	47
Tabel 5.9. Rotated Component Matrix.....	48
Tabel 5.10. Tabel Komponen Masing-masing Faktor.....	49

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 2.1. Model Perilaku Pembeli.....	8
Gambar 2.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	9
Gambar 3.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
Gambar 5.1. Relevansi Fokus Bank Mandiri Terhadap Faktor Pertimbangan Utama Nasabah Dalam Memilih Tabungan Rencana Mandiri..	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Primer Responden Tabungan Rencana Mandiri

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Descriptives Statistics

Lampiran 4. Correlation Matrix

Lampiran 5. Inverse of Correlation Matrix

Lampiran 6. Anti-Image Matrices

Lampiran 7. Communalities

Lampiran 8. Total Variance

Lampiran 9. Component Matrix

Lampiran 10. Reproduced Correlations

Lampiran 11. Rotated Component Matrix

Lampiran 12. Component Transformation Matrix

RINGKASAN

Penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Tabungan Rencana Mandiri pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Cabang Lumajang” dimaksudkan untuk mengetahui faktor apa saja dan faktor utama yang menjadi pertimbangan nasabah menggunakan Tabungan Rencana Mandiri. Data yang digunakan merupakan data primer melalui kuesioner kepada responden nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Lumajang.

Model analisis yang digunakan adalah Analisis Faktor. Untuk pembuktian hipotesis digunakan teknik analisis data dengan tahapan-tahapan *Barlett,s test of sphericity*, *Correlation Matrix*, *Communality*, *Eigenvalue*, *Loading Factor*, dan *Kaiser –Meyer Olkin (KMO)*.

Hasil analisis menyajikan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan Tabungan Rencana Mandiri pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Cabang Lumajang adalah **faktor pertama** diberi nama *Faktor Pengaruh Keluarga, Motivasi Kebutuhan dan Kualitas Pelayanan* mampu menjelaskan 29,397% variasi, **faktor kedua** diberi nama *Faktor Kenyamanan Fisik Kantor dan Benefit Produk* mampu menjelaskan 16,396% variasi, **faktor ketiga** diberi nama *Faktor Promosi dan Lokasi* mampu menjelaskan 12,881% variasi, **faktor keempat** diberi nama *Faktor Pengaruh Famili* mampu menjelaskan 8,203% variasi, dan **faktor kelima** diberi nama *Faktor Kepribadian Petugas Pelayanan* hanya mampu menjelaskan 6,476% variasi, serta **faktor keenam** diberi nama *Faktor Kenyamanan Fasilitas Parkir* hanya mampu menjelaskan 5,618% variasi. Keseluruhan faktor mampu menjelaskan 78,971% variasi.

Sedangkan faktor utama yang menjadi pertimbangan nasabah adalah faktor 1 diberi nama *Faktor Pengaruh Keluarga, Motivasi Kebutuhan dan Kualitas Pelayanan* mampu menjelaskan 29,397% variasi.

SUMMARY

The research entitled “The Factors That Influence Customer Using Tabungan Rencana Mandiri at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Lumajang Branch” is meant to find out the factors which, especially the dominant one, the customer based on their consideration in using Tabungan Rencana Mandiri at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Lumajang Branch. The primary data used here are taken from questionnaire the respondents of which are the customers of PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Lumajang Branch.

The model of analysis applied in this research is Factor Analysis. The technique to prove hypothesis is technique of data analysis. It is applied through the steps of *Barlett's test of sphericity, Correlation Matrix, Communality, Eigenvalue, Loading Factor, and Kaiser-Meyer Olkin (KMO)*.

The result of analysis shows us that the factors which influence the customer using Tabungan Rencana Mandiri at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Lumajang Branch are : **The first factor** called *Sibling Effect, Need Motivation, and Service Quality*. It is able to explain 29,397 % of variant. **The second factor** called *Physical Comfort of the Office and The Benefit of the Product*. It is able to explain 16,396 % of variant, **The third factor** called *Advertisement and Location* that explains 12,881 % of variant, **The fourth factor** called *Family Effect*. It explains 8,203 % of variant, **The fifth factor** called *Front liner Personality* that explains 6,476 % of variant, and **the sixth factor** is *Comfortable Parking Area*. It explains 5,618 % of variant. Those total factors have explained 78,971 % of variant.

The dominant factor that influence the customers consideration is **the first factor** named *Sibling Effect, Need Motivation, and Service Quality*. The factor is able to explain until 29,397 % of variant.