**ANALISIS PREFERENSI NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN BTN JUARA DENGAN MENGGUNAKAN *MARKETING MIX* PADA**

**PT BANK TABUNGAN NEGARA (Persero) Tbk.**

**(Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Tembalang)**

**FADHLU MAULANA HIDAYAT**

**ARIS SUNINDYO**

E-mail : ipadh\_theclue@yahoo.com

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze and obtain empericil evidence about the preferences of the customer to make a decision to save by using the marketing mix of the product BTN Juara in the PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Data obtained from interviews, questionnaires, and literature. Samples taken in the questionnaire are customers of Bank Tabungan Negara Sub branches in Tembalang.*

*Data processing* *method using editing, coding and tabulating. To test the method using the data validity and reliability testing. For the data analysis method used is the frequency distribution analysis, using SPSS 16.0. To describe the frequency distribution of respondents' answers on a variety of variables studied items. Then used statistical analysis of average (mean) to describe the average value of the variables studied, which is a customer preference for savings products BTN Juara at Bank Tabungan Negara Sub Branches in Tembalang.*

*From the research that has been conducted by the author, from 7 variables only 6 variables are the main customer preference or choice of savings products BTN Juara at Bank Tabungan Negara sub Branches in Tembalang. The 6 variabel are product, price, location, people, promotion, and process.* *While the variables that are not used as primary customer preference or choice is physical evidence.*

***Keywords: Preferences, Marketing mix, editing, coding and tabulating***

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mendapatkan bukti secara empiris tentang preferensi nasabah untuk mengambil keputusan menabung dengan menggunakan *marketing mix* terhadap produk tabungan BTN Juara pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Data diperoleh dari wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Dalam kuesioner sampel yang diambil adalah nasabah Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang.

Metode pengolahan data dengan menggunakan *editing, coding* dan *tabulating.* Untuk metode pengujian data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk metode analisis data yang digunakan adalah analisis distribusi frekuensi, dengan menggunakan program SPSS 16.0. Untuk menggambarkan distribusi frekuensi dari jawaban responden atas berbagai item variabel yang diteliti. Kemudian digunakan analisis statistik rata – rata (*mean*) untuk menggambarkan rata – rata nilai dari variabel yang diteliti, yang merupakan preferensi nasabah terhadap produk tabungan BTN juara pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Tembalang.

Dari penelitian yang telah dilakukan dari 7 variabel yang diteliti hanya 6 variabel yang dijadikan preferensi atau pilihan utama nasabah produk tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang yaitu produk, harga, lokasi, orang, promosi, dan proses. Sedangkan variabel yang tidak dijadikan preferensi atau pilihan utama nasabah adalah bukti fisik.

**Kata kunci : Preferensi, *Marketing mix, editing, coding* dan *tabulating***

**PENDAHULUAN**

Perbankan memiliki kaitan yang sangat erat dengan perekonomian suatu negara, apabila perekonomian suatu negara terpuruk, maka akan berpengaruh terhadap sistem perbankan. Kasmir (2004:7) berpendapat bahwa bagi suatu negara, bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya.

Keberadaan sektor perbankan dalam perekonomian suatu negara memiliki peranan yang sangat penting. Bahkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, sebagian besar hampir melibatkan jasa-jasa dari sektor perbankan. Abidin (2007) mengemukakan bank adalah lembaga keuangan terpenting dan sangat berpengaruh pada perekonomian, baik secara mikro maupun makro. Di Indonesia, perbankan mempunyai pangsa pasar sebesar 80% dari keseluruhan sistem keuangan yang ada.

Peluang pangsa pasar yang besar ini menjadikan bank berkembang dengan pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank dituntut untuk menarik masyarakat.

Menurut Gunarsih *et. al.* (2003) agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas pelanggan dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan atau bank lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Adapun dapat dilihat dari *marketing mix* ataubauran pemasaran, menurut Hurriyati (2005:49): “untuk bauran pemasaran jasa mengacu pada konsep bauran pemasaran tradisional yang terdiri dari 4P, yaitu produk *(product)*, harga *(price)*, tempat/lokasi *(place)* dan promosi *(Promotion)* yang diperluas dengan penambahan unsur non tradisional yaitu orang *(people)*, fasilitas fisik *(physical evidence)* dan proses *(process)* sehingga menjadi tujuh unsur (7P)”.

Sehingga secara tidak langsung masyarakat sebelum melakukan pembelian produk pada bank, pasti akan mempertimbangkan faktor 7P tersebut. Beberapa penelitian telah mengemukakan *marketing mix* atau bauran pemasaran dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Penelitian tersebut antara lain dilakukan oleh Aemeliana (2009) dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *promotion mix* secara signifikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung. Yulianto, Agung Yuniarto dan Surachman (2009) dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tidak semua variabel independen dalam *marketing mix* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Indrayana (2009) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Hotniar (2004) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa peran bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputuh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah.

Dari berbagai jenis produk perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat, salah satunya adalah tabungan. Dimana sampai saat ini tabungan merupakan jenis produk bank yang paling gencar di tawarkan, dan yang paling populer ditelinga masyarakat dibandingkan dengan giro dan deposito.

Setiap produk tabungan yang ditawarkan oleh tiap-tiap bank, mempunyai tingkat konsentrasi pasar yang sama atau pun berbeda-beda. Bank Tabungan Negara atau yang sering dikenal dengan Bank BTN, mempunyai berbagai macam produk dana yang telah ditawarkan kepada masyarakat. Salah satunya adalah produk tabungan yang bernama tabungan juara dimana tabungan tersebut mempunyai konsentrasi pasar pada kalangan pelajar hingga mahasiswa.

Dimana menurut data yang diperoleh dari salah satu kantor cabang pembantu Bank BTN di Semarang, yaitu Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang didapati bahwa produk tabungan Juara merupakan tabungan yang diminati banyak nasabah. Berikut ini jumlah nasabah produk tabungan yang berada di Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang yang disajikan dalam Tabel 1

**Tabel 1**

**Jumlah Nasabah Produk Tabungan Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Tembalang**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Produk Tabungan** | **Jumlah Nasabah** |
| 1 | TabunganKu | 300 |
| 2 | BTN Junior | 4.300 |
| 3 | BTN Juara | 14.000 |
| 4 | BTN Batara | 2.100 |
| 5 | BTN Prima | 150 |
| 6 | BTN Payroll | 770 |
| 7 | BTN Haji - Plus | 10 |
| 8 | BTN Haji - Reguler | 61 |

**Sumber : Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang (Juni 2013)**

**Kerangka Pemikiran**

Faktor Produk

Faktor Harga

Faktor Promosi

Preferensi Nasabah Untuk Menabung

Faktor Tempat

Faktor Proses

Faktor Orang

Faktor Bukti Fisik

Sumber: Yulianto K, Agung Yuniarinto dan Surachman (2009), Indrayana, TS Wahyu Prima (2009), Salari, Muhammad (2005), Winda (2009).

**METODE PENELITIAN**

Dalam penulisan penelitian ini desain penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif. Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematik sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan (Azwar, 2012:6)

**Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan meliputi data primer berupa jawaban kuesioner yang diberikan kepada nasabah tabungan BTN Juara pada PT Bank Tabungan Negara kantor cabang pembantu Tembalang. Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya biro statistik, majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya (Marzuki, 2002: 56).

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil studi pustaka seperti mempelajari buku-buku, maupun literatur dari internet yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa biografi perusahaan, landasan teori, rujukan / penelitian terdahulu dan metodologi penelitian.

Untuk kepentingan analisis data dalam penelitian ini terdiri dari data nominal dan data interval. Data nominal merupakan skala pengukuran yang menyatakan kategori atau kelompok dari subjek. (Ghozali, 2006: 3). Dalam penelitian ini data nominal yaitu identitas responden yang meliputi nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Data interval merupakan skala pengukuran berdasarkan urutan kategori yang menggambarkan tingkat preferensi yang sama (Ghozali, 2006: 4).

Populasi dalam penelitin ini adalah Nasabah tabungan BTN Juara pada PT Bank Tabungan Negara kantor cabang pembantu Tembalang. Sampling yang digunakan yaitu *incidental sampling.* Yang diambil hanya individu-individu yang kebetulan dijumpai. (Marzuki, 2003:45). Dalam hal ini sampel yang diambil adalah dari nasabah tabungan BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara kantor cabang pembantu Tembalang.

Dalam pengujian untuk penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas serta untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis distribusi frekuensi, dengan menggunakan program SPSS 16.0. Untuk menggambarkan distribusi frekuensi dari jawaban responden atas berbagai item variabel yang diteliti. Kemudian digunakan analisis statistik rata – rata (*mean*) untuk menggambarkan rata – rata nilai dari variabel yang diteliti.

**Hasil Penelitian**

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Hasil Uji validitas dapat dilihat pada tabel 1-7

**Tabel 1 : Hasil Uji Validitas Variabel Produk**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Signifikansi** | **Keterangan** |
| **Produk1** | **0.000** | **Valid** |
| **Produk2** | **0.000** | **Valid** |
| **Produk3** | **0.000** | **Valid** |

**Sumber: Data Primer diolah, 2013**

**Tabel 2 :Uji Validitas Variabel Harga**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Signifikansi** | **Keterangan** |
| **Harga1** | **0.000** | **Valid** |
| **Harga2** | **0.000** | **Valid** |
| **Harga3** | **0.000** | **Valid** |
| **Harga4** | **0.001** | **Valid** |

**Sumber: Data Primer diolah, 2013**

**Tabel 3 : Hasil Uji Validitas Variabel Proses**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Signifikansi** | **Keterangan** |
| **Proses1** | **0.000** | **Valid** |
| **Proses2** | **0.000** | **Valid** |
| **Proses3** | **0.000** | **Valid** |
| **Proses4** | **0.000** | **Valid** |

**Sumber: Data Primer diolah, 2013**

**Tabel 4 : Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Signifikansi** | **Keterangan** |
| **Bukti\_fisik1** | **0.000** | **Valid** |
| **Bukti\_fisik2** | **0.000** | **Valid** |
| **Bukti\_fisik3** | **0.000** | **Valid** |
| **Bukti\_fisik4** | **0.000** | **Valid** |

**Sumber: Data Primer diolah, 2013**

**Tabel 5 : Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Signifikansi** | **Keterangan** |
| **Promosi1** | **0.000** | **Valid** |
| **Promosi2** | **0.000** | **Valid** |
| **Promosi3** | **0.000** | **Valid** |

**Sumber: Data Primer diolah, 2013**

**Tabel 6 : Uji Validitas Variabel Orang**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Signifikansi** | **Keterangan** |
| **Orang1** | **0.000** | **Valid** |
| **Orang2** | **0.000** | **Valid** |
| **Orang3** | **0.000** | **Valid** |
| **Orang4** | **0.000** | **Valid** |

**Sumber: Data Primer diolah, 2013**

**Tabel 7 : Uji Validitas Variabel Lokasi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Signifikansi** | **Keterangan** |
| **Lokasi1** | **0.000** | **Valid** |
| **Lokasi2** | **0.000** | **Valid** |
| **Lokasi3** | **0.000** | **Valid** |
| **Lokasi4** | **0.000** | **valid** |

**Sumber: Data Primer diolah, 2013**

Berpijak pada tabel 1-7, hasil validitas dari seluruh indikator variabel memperoleh hasil signifikansi < 0,05 atau 5%, maka dapat dikatakan bahwa seluruhnya Valid.

Hasil Reliabilitas dapat dilihat pada tabel 8 :

**Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Cronbach Alpha** | **Keterangan** |
| **Produk** | **0.610** | **Reliabel** |
| **Harga** | **0.686** | **Reliabel** |
| **Lokasi** | **0.831** | **Reliabel** |
| **Orang** | **0.651** | **Reliabel** |
| **Promosi** | **0.671** | **Reliabel** |
| **Proses** | **0.642** | **Reliabel** |
| **Bukti fisik** | **0.782** | **Reliabel** |

**Sumber: Data Primer diolah, 2013**

Berpijak pada tabel 8, hasil reliabilitas dari seluruh variabel memperoleh hasil *Cronbach Alpha*  > 0,6 maka dapat dikatakan bahwa seluruhnya Reliabel.

**Pengalisisan data**

**Tabel 9 : Interval Kelas**

|  |  |
| --- | --- |
| **KELAS** | **KATEGORI** |
| **1,00 - 1,79** | **Sangat Tidak Setuju** |
| **1,80 - 2,59** | **Tidak Setuju** |
| **2,60 – 3,39** | **Ragu-ragu** |
| **3,40 – 4,19** | **Setuju** |
| **4,20 – 5,00** | **Sangat setuju** |

Sumber : Supranto (2001) yang dikembangkan untuk Tugas Akhir ini.

Untuk itu dilakukan pengolahan data statistik deskriptif variabel penelitian dengan program SPSS v16 dengan menggunakan distribusi frekuensi, yang hasilnya dapat dijelaskan pada tabel-tabel sebagai berikut :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR PRODUK** | **FREKUENSI JAWABAN** | **MEAN** | **KATEGORI** |
| **STS** | **TS** | **RR** | **S** | **SS** |
| Pilihan utama anda menabung di tabungan BTN juara karena produk yang ditawarkan | 0 | 3 | 3 | 20 | 4 | 3.83 | Setuju |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena produk mampu bersaing dengan bank lain | 0 | 2 | 5 | 20 | 3 | 3.8 | Setuju |
| Kartu ATM tabungan BTN Juara dapat digunakan sebagai kartu debet menjadi pilihan utama anda untuk menabung  | 0 | 6 | 3 | 15 | 6 | 3.7 | Setuju |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **3.78** | **Setuju** |

Sumber : Data Primer yang diolah (2013)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR HARGA** | **FREKUENSI JAWABAN** | **MEAN** | **KATEGORI** |
| **STS** | **TS** | **RR** | **S** | **SS** |
| Setoran awal pembukaan tabungan mudah dijangkau khususnya mahasiswa, menjadi pilihan utama anda untuk menabung pada tabungan BTN Juara | 0 | 3 | 0 | 12 | 15 | 4.30 | Sangat Setuju |
| Tidak ada biaya administrasi per bulan yang dikenakan pada tabungan BTN Juara, menjadi pilihan utama anda untuk menabung | 0 | 1 | 0 | 7 | 22 | 4.67 | Sangat Setuju |
| Biaya pembuatan ATM BTN Juara murah, menjadi pilihan utama anda untuk menabung | 0 | 2 | 0 | 14 | 14 | 4.33 | Sangat Setuju |
| Setoran tabungan BTN Juara terjangkau semua kalangan, menjadi pilihan utama anda untuk menabung | 0 | 1 | 2 | 13 | 14 | 4.33 | Sangat Setuju |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4.41** | **Sangat Setuju** |

Sumber : Data Primer yang diolah (2013)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR LOKASI** | **FREKUENSI JAWABAN** | **MEAN** | **KATEGORI** |
| **STS** | **TS** | **RR** | **S** | **SS** |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena lokasinya cukup strategis  | 1 | 7 | 5 | 14 | 3 | 3.37 | Ragu-ragu |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena mudah dijangkau sarana transportasi  | 0 | 7 | 4 | 15 | 4 | 3.53 | Setuju |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena parkirnya luas, aman, dan nyaman | 1 | 9 | 7 | 12 | 1 | 3.10 | Ragu-ragu |
| Bank BTN dekat dengan tempat aktivitas (kantor, sekolah, dll) menjadi pilihan utama anda untuk menabung di bank BTN | 1 | 3 | 2 | 19 | 5 | 3.80 | Setuju |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **3.45** | **Setuju** |

Sumber : Data Primer yang diolah (2013)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR ORANG** | **FREKUENSI JAWABAN** | **MEAN** | **KATEGORI** |
| **STS** | **TS** | **RR** | **S** | **SS** |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena penampilan petugas Bank BTN yang menarik | 0 | 5 | 8 | 15 | 2 | 3.47 | Setuju  |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena keramahan petugas | 0 | 6 | 7 | 14 | 3 | 3.47 | Setuju |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena petugas melayani dengan baik | 0 | 3 | 4 | 19 | 4 | 3.8 | Setuju |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena pengetahuan petugas akan produk yang ditawarkan | 0 | 3 | 1 | 22 | 4 | 3.9 | Setuju |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **3.66** | **Setuju** |

Sumber : Data Primer yang diolah (2013)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR PROMOSI** | **FREKUENSI JAWABAN** | **MEAN** | **KATEGORI** |
| **STS** | **TS** | **RR** | **S** | **SS** |
| Pilihan utama anda menabung di tabungan BTN Juara karena iklannya di media cetak (Koran, tabloid, majalah, dll)  | 0 | 3 | 7 | 18 | 2 | 3.63 | Setuju |
| Pilihan utama anda menabung di tabungan BTN Juara karena iklan di televisi menarik | 0 | 5 | 10 | 13 | 2 | 3.4 | Setuju |
| Pilihan utama anda menabung pada tabungan BTN Juara karena ada kerjasama dengan instansi / sekolah anda | 0 | 3 | 2 | 21 | 4 | 3.87 | Setuju |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **3.63** | **Setuju** |

Sumber : Data Primer yang diolah (2013)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR PROSES** | **FREKUENSI JAWABAN** | **MEAN** | **KATEGORI** |
| **STS** | **TS** | **RR** | **S** | **SS** |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena pelayanannya cepat  | 0 | 7 | 7 | 13 | 3 | 3.4 | Setuju |
| keramahan petugas bank BTN pilihan utama anda menabung di tabungan BTN Juara | 0 | 3 | 6 | 18 | 3 | 3.7 | Setuju |
| Petugas memberikan informasi yang tepat dan akurat pilihan utama anda menabung di tabungan BTN Juara | 0 | 3 | 1 | 22 | 4 | 3.9 | Setuju |
| Pilihan utama anda menabung di bank BTN karena pengetahuan petugas akan produk yang ditawarkan  | 0 | 5 | 8 | 15 | 2 | 3.47 | Setuju |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **3.62** | **Setuju** |

Sumber : Data Primer yang diolah (2013)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR BUKTI FISIK** | **FREKUENSI JAWABAN** | **MEAN** | **KATEGORI** |
| **STS** | **TS** | **RR** | **S** | **SS** |
| Gedung bank BTN cukup bagus menjadi pilihan utama anda untuk menabung | 0 | 8 | 4 | 18 | 0 | 3.33 | Ragu-ragu |
| Lingkungan sekitar bank BTN terkesan menyenangkan, menjadi pilihan utama anda untuk menabung | 0 | 12 | 3 | 15 | 0 | 3.1 | Ragu-ragu |
| Jaringan ATM bank BTN luas dan tersebar, menjadi pilihan utama anda untuk menabung di bank BTN  | 1 | 6 | 7 | 12 | 4 | 3.4 | Setuju |
| Buku tabungan yang diberikan bagus, menjadi pilihan utama anda untuk menabung | 1 | 12 | 3 | 13 | 1 | 3.03 | Ragu-ragu |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **3.2** | **Ragu-ragu** |

Sumber : Data Primer yang diolah (2013)

**Tabel : rata-rata keseluruhan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VARIABEL** | **MEAN** | **KATEGORI** |
| **Produk** | 3.78 | **Setuju** |
| **Harga** | 4.41 | **Sangat Setuju** |
| **Lokasi** | 3.45 | **Setuju** |
| **Orang** | 3.66 | **Setuju** |
| **Promosi** | 3.63 | **Setuju** |
| **Proses** | 3.62 | **Setuju** |
| **Bukti Fisik** | 3.2 | **Ragu-ragu** |

Sumber : Data Primer yang diolah (2013)

Berdasarkan Tabel rata-rata keseluruhan menggambarkan bahwa variabel produk ini diketahui memperoleh *mean* sebesar 3.78 yang masuk dalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk menjadi salah satu preferensi/pilihan utama nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang.

Kemudian pada variabel harga ini diketahui memperoleh *mean* sebesar 4.41 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga menjadi salah satu preferensi/pilihan utama nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang.

Untuk variabel lokasi, menurut Tabel 4.21 dapat diketahui memperoleh *mean* sebesar 3.45 yang masuk kedalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi menjadi salah satu preferensi/pilihan utama nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang.

Kemudian untuk variabel orang ini diketahui memperoleh *mean* sebesar 3.66 yang masuk kedalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel orang menjadi salah satu preferensi/pilihan utama nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang.

Untuk variabel promosi dapat diketahui memperoleh *mean* sebesar 3.63 yang masuk dalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi menjadi salah satu preferensi/pilihan utama nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang.

Selanjutnya pada variabel proses ini diketahui memperoleh *mean* sebesar 3.62 yang masuk kedalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel proses menjadi salah satu preferensi/pilihan utama nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang.

Untuk variabel terakhir yaitu variabel bukti fisik ini diketahui memperoleh *mean* 3.2 yang masuk kedalam kategori ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik tidak menjadi salah satu preferensi/pilihan utama nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang.

**Simpulan dan Saran**

**Simpulan :**

1. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa Preferensi nasabah terhadap produk tabungan BTN Juara pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Tembalang) dari **7 variabel** yang di teliti **hanya 6 variabel yang dijadikan preferensi atau pilihan utama nasabah produk tabungan BTN Juara** **pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang yaitu produk, harga, lokasi, orang, promosi, dan proses**. Sedangkan variabel bukti fisik tidak dijadikan oleh nasabah nasabah produk tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang sebagai pilihan utama.
2. Dalam hasil penelitian yang telah didapat hanya 6 variabel yang dijadikan preferensi atau pilihan utama nasabah produk tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang, dan dapat dilihat dari rata-rata tiap variabel, jika di urutkan dari urutan yang paling dijadikan pilihan utama maka **harga menjadi yang paling utama** yang dipilih oleh nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang, lalu **produk menjadi pilihan kedua** yang dipilih oleh nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang, lalu **orang menjadi pilihan ketiga** yangdipilih oleh nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang, lalu **promosi menjadi pilihan keempat** yangdipilih oleh nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang, lalu **proses menjadi pilihan kelima** yangdipilih oleh nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang, dan yang terakhir adalah **lokasi menjadi pilihan keenam** yang dipilih oleh nasabah tabungan BTN Juara pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Tembalang.

**Saran**

1. Kepada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Untuk dapat lebih meningkatkan jumlah nasabah dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah, hendaknya Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan pelayanan yang diberikan untuk nasabah termasuk pada produk, harga, lokasi, orang, promosi, dan proses. Serta Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang diharapkan dapat memperbaiki kekurangan yang ada dalam bukti fisik yang berdasarkan pada penelitian yang sudah dilakukan yang menghasilkan bahwa buktu fisik yang diberikan bank BTN belum maksimal. Hal yang perlu dilakukan untuk memperbaiki kekurangan pada bukti fisik antara lain, memperbaiki tampilan gedung atau tata ruang bank BTN agar dapat terlihat menarik, memperbanyak layanan ATM, dan memberikan suatu keunikan tersendiri dalam *package* produk yang diberikan sehingga tidak hanya produk tabungan BTN Juara saja yang memiliki nasabah paling tinggi di Bank BTN kantor cabang pembantu Tembalang, serta perlu adanya pengenalan produk-produk dana Bank BTN yang lain kepada nasabah.

1. Kepada penelitian yang akan datang

Hendaknya peneliti mendatang dapat lebih memperbanyak lagi jumlah responden, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih konkrit lagi mengenai preferensi nasabah. Serta memperkaya bahan referensi atau bahan acuan mengenai penelitian tentang preferensi nasabah, sehingga dapt mempermudah dalam melakukan penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA**

Aemeliana, Puspita Devi. 2009. “Analisis Pengaruh *Promotion Mix* terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Untuk Menabung Britama Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero). Tbk. Cabang Pattimura Semarang”. dalam Tugas Akhir. Agustus. Semarang: Politeknik Negeri Semarang.

Bank Indonesia. 1998. Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan. Jakarta.

Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrayana, T. S. Wahyu Prima. 2009. “Analisis Pengaruh Variabel *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada PT Danliris di Sukoharjo”. Dalam Skripsi. Surakarta: UMS. (Online) http/www.ums.ac.id.

Keraf, Gorys. 2001. *Komposisi*. Jakarta: Nusa Indah.

Kotler, Philip.1993. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sulistyorini, Tri Utami. 2006. *Strategi Pemasaran Jasa Pada Lembaga Keuangan*. Semarang: Penerbit Polines.

Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media

Winda. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Deposito PT Bank Tabungan Pensiunan Negara, Tbk Cabang Medan. Medan: Universitas Sumatera Utara. (Online)

Masrokhah, Wakhid. 2010. Analisis Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menabung Pada PT Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Pembantu Kendal. dalam Tugas Akhir. Semarang: Politeknik Negeri Semarang.

Yulianto K, Firman dkk. 2009. “Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap pertimbangan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kota Medan”. Wacana Vol. 12 No. 2 April 2009: 311-323

Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

[www.btn.co.id](http://www.btn.co.id)