Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Atribut Produk Tabungan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Medan Menggunakan Analisis Konjoin

Riska Dewi Ginting (4103230030)

ABSTRAK

Tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat, dimana masing-masing bank berusaha untuk memberikan layanan dan produk yang terbaik, serta mengedepankan keunggulan produknya masing-masing. Dalam kondisi pasar yang kompetitif ini, preferensi dan loyalitas dari nasabah adalah kunci kesuksesan. Maka bank dituntut untuk mengembangkan konsep pemasaran baru, melalui atribut-atribut yang ada. Dari berbagai atribut yang ada, dapat dilakukan evaluasi tingkat kepentingan atribut terhadap produk dan layanan perbankan. Analisis Konjoin merupakan teknik untuk menentukan tingkat kepentingan dan nilai kepentingan relatif dari berbagai atribut suatu produk dan jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor atau atribut beserta level mana saja yang dianggap sebagai preferensi (pertimbangan) utama nasabah dalam memilih produk tabungan. Sedangkan faktor atau atribut dan level yang diteliti adalah : Bunga (1,00%, 1,25%, 1,75%, 2,25%, 2,75%), Hadiah (Televisi, Sepeda Motor Scoopy, Mobil Innova), Biaya setoran Awal (>500.000-2.000.000, >2.000.000-50.000.000, 50.000.000-250.000.000, >250.000.000-1M, >1M) dan Fasilitas (Kartu ATM. Kartu Debit, Transaksi *i-mobile*). Dari hasil analisis konjoin diketahui bahwa, preferensi untuk faktor terpenting yang dipertimbangkan oleh nasabah adalah biaya setoran awal dengan nilai penting relatif sebesar (41,7%), kedua adalah bunga tabungan (32,5%), ketiga adalah hadiah (16,5%) dan keempat adalah faslitas (7,7%). Sedangkan level yang paling disukai dari faktor yang dipertimbangkan adalah tabungan dengan bunga 2,75%, biaya setoran awal >500.000-2.000.000, hadiah berupa mobil Innova, dan fasilitas yang didapat adalah kartu ATM.