

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU NASABAH DALAM MENABUNG

(Studi Kasus pada Bank Umum di Kota Pontianak)

Oleh:

**Hendra Gunawan<sup>1</sup>**

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

## ABSTRAKSI

*Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor bauran pemasaran (7P) yang terdiri dari product, price, promotion, personal traits (people), place, process, dan phisycal evidence terhadap perilaku konsumen dalam menabung di Bank Umum yang ada di Kota Pontianak dengan pengambilan sampel dari nasabah yang menabung di Bank BCA, Bank Danamon dan Bank Mandiri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 17.0.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Nilai koefisien determinasi sebesar 0,837 yang menunjukkan bahwa 83,70% Sikap Nasabah Menabung Di Pontianak dipengaruhi secara bersama-sama oleh Product ( $X_1$ ), Price ( $X_2$ ), Promotion ( $X_3$ ), Personal Traits ( $X_4$ ), Place ( $X_5$ ), Process ( $X_6$ ), dan Physical Evidence. Sedangkan 16,30% sisanya merupakan faktor lain yang berpengaruh terhadap Sikap Nasabah Menabung di Pontianak yang tidak diteliti dalam penelitian ini.*

*Hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 17.0 menyatakan bahwa secara simultan maupun parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Bauran Pemasaran 7P (product, price, promotion, personal traits (people), place, process, dan phisycal evidence) terhadap Sikap Nasabah Bank Dalam Menabung di Pontianak. Dengan demikian Hipotesis peneliti yang menyatakan bahwa faktor Bauran Pemasaran baik secara simultan maupun parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Sikap Nasabah Bank Dalam Menabung terbukti kebenarannya, atau diterima.*

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Bauran Pemasaran (7P), Menabung, Bank Umum

---

---

<sup>1</sup> Jl. Pelita2 Punggur, Kalimantan Barat. Email: ghendra183@yahoo.co.id