

**Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah
Menggunakan Tabungan BRI BritAma (Studi Kasus Pada Nasabah
Bank BRI Cabang Rivai Kota Palembang)**



Skripsi Oleh:

**RIO FATHURRACHMAN
NIM.01053110028**

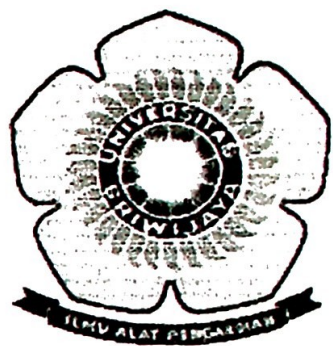
**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
Tahun 2009**

5
658.812 of
Fat
a
©-09/276
2009



**Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah
Menggunakan Tabungan BRI BritAma (Studi Kasus Pada Nasabah
Bank BRI Cabang Rivai Kota Palembang)**



Skripsi Oleh:

**RIO FATHURRACHMAN
NIM.01053110028**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
Tahun 2009**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**NAMA : RIO FATHURRACHMAN
NIM : 01053110028
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN TABUNGAN BRI BRITAMA (STUDI
KASUS PADA NASABAH BANK BRI CABANG RIVAI
KOTA PALEMBANG).**

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal 11 Juli 2009

Ketua :




Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, MBA

NIP. 131801646

Tanggal 11 Juli 2009

Anggota :



Hj. Nofiawaty, SE, MM

NIP. 132083431

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : RIO FATHURRACHMAN
NIM : 0105311028
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN TABUNGAN BRI BRITAMA (STUDI
KASUS PADA NASABAH BANK BRI CABANG RIVAI
KOTA PALEMBANG).

Telah diuji didepan panitia ujian komprehensif pada tanggal 2009 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 28 Juli 2009

Ketua,



Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, MBA
NIP. 131801646

Anggota,



Dra. Hj. Rusmiati
NIP.131271085

Anggota,



Drs. Islahuddin Daud, MM
NIP.131412524

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Yuliyansyah M. Diah, MM

NIP. 131474902

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rio Fathurrachman
Nim : 01053110028
Angkatan : 2005
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan BRI BritAma (Studi Kasus Pada Nasabah BRI cabang Rivai Kota Palembang).

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Universitas Sriwijaya.
2. Skripsi ini adalah penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari TIM Pembimbing Skripsi dan pengolahan data yang ditentukan oleh Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Sriwijaya.
3. Meskipun pada Perguruan Tinggi lainnya sudah pernah dibahas variabel yang sama seperti dalam Skripsi saya namun karena hasil penelitian terdahulu yang sering berbeda satu sama lain yang membuat saya tertarik untuk mem bahasnya lagi, selain itu juga saya mencoba menambah variabel baru sehingga dapat memecahkan masalah/teori yang baru.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Palembang, 11 Juli 2009



Rio Fathurrachman

01053110028

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Dan bersama kesukaran pasti ada kemudahan. Karena itu, bila selesai suatu tugas, mulailah tugas yang lain dengan sungguh-sungguh"

(Q. S. An-Nisa : 6-7)

"Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik"

(Evelyn Underhill)

"Tidak ada satu orang pun yang bisa memaksamu melakukan sesuatu melainkan dirimu sendiri"

Kupersembahkan Untuk :

Ayahanda dan Ibunda tercinta

Adik-adikku tersayang

Seluruh Keluarga Besarku

Dan Seseorang yang selalu memberi motivasi

Kata Pengantar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T.. Karena berkat Rahmat dan HidayahNya yang berupa nikmat kesehatan jasmani dan rohani, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul **Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan BRI BritAma (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Cabang Rivai Kota Palembang)**. Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan Teori, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Gambaran Umum Perusahaan, Bab V Analisis dan Pembahasan, dan Bab VI Kesimpulan dan Saran.

Data utama yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para nasabah tabungan BritAma yang dilakukan di Kantor Cabang BRI Cabang Palembang Rivai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan BRI BritAma studi kasus pada nasabah Bank BRI Cabang Palembang Rivai. Akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu saya meminta maaf kepada para pembaca apabila isi dari skripsi ini kurang berkenan ataupun terdapat banyak kesalahan dan saya juga mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dikemudian hari saya bisa menyajikan karya ilmiah yang lebih baik. Dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya.

Palembang, 11 Juli 2009

Penulis

RIO FATHURRACHMAN

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T. karena atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan BRI BritAma (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Cabang Rivai Kota Palembang)"**. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan dukungan baik moril maupun materil dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Dr. H. Syamsurijal, AK, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Drs. H. Umar Hamdan, Aj, MBA. Pembantu Dekan I dan Dosen Pembimbing Akademik.
4. Drs. H. Harun Delamat, Ak., M.Si. Pembantu Dekan II.
5. Dian Eka, SE, MM. Pembantu Dekan III.
6. Drs. Yuliansyah M. Diah, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Drs. M. Kosasih Zen, M. Si., Sekretaris Jurusan Manajemen.
8. Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, MBA, Pembimbing I Skripsi.
9. Hj. Nofiauwaty, SE, MM, Pembimbing II Skripsi.
10. Drs. Islahudin Daud, MM.
11. Semua Bapak/Ibu dosen dan seluruh Staff Tata Usaha serta Pegawai yang telah memberikan bantuan dan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
12. Pemimpin Cabang BRI Palembang Rivai Bapak Ir. Fidri Arnaldy beserta staff.
13. Kedua orang tuaku yang penuh kesabaran, perhatian dan kasih sayang, mendidik dan memberikan segala hal yang terbaik bagi penulis, adik-adikku, dan seluruh keluargaku tercinta yang telah memberikan semangat kepada penulis tiada henti-hentinya.

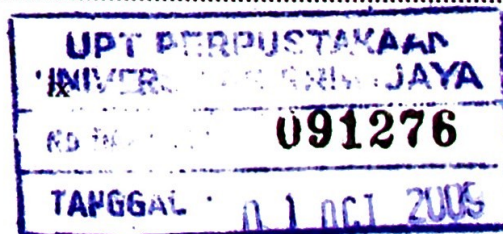
14. Zakhiah, yang selalu kusayangi yang telah banyak memberikan bantuan, motivasi, cinta, dan semangat tiada henti kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas semuanya.
15. Sahabat – sahabatku, M. Andri Fajwim, M. Irsan Ghazali, Harry Fitriansyah Sasmita, Sutan Sahala Parulian, Oliver Agung Wicaksana, Farly Marten, Dina A. Fenandy; Sahabat Laluppo, Wiwiek, Yulia, Deva, Kiki Cupu, Yoyo, Tejo, Habibie, Wisnu, Deni, Ghea, Indah, Budi, Rama; Teman-teman lainnya, Ridho, Obi, Toyo, Arinda, Kiki jilbab, Katinda, Anggi, Tata, Amy ndut, Hely, Dita, Ami, Tina, Tmx, dan teman-teman sejawat angkatan '05 lainnya di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih banyak akan kebersamaan kita selama ini, kenangan-kenangan bersama tak kan pernah ku lupakan.
16. Mbak Ninil, yang sering memberikan bantuan selama penulis mengikuti kuliah dan menyelesaikan Skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Akhirnya, dengan mengharap ridho dari Allah SWT, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Penulis,

Rio Fathurrachman

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMN LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Landasan Teori	
2.1.1. Produk.....	8
2.1.2. Klasifikasi Produk.....	8
2.1.3. Karakteristik Produk.....	10
2.1.4. Produk Jasa.....	11
2.1.5. Atribut Produk.....	12
2.1.6. Perilaku Pembelian Konsumen.....	15
2.1.7. Pengambilan Keputusan.....	17
2.1.8. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	18
2.1.9. Produk/Jasa Perbankan.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	20
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Populasi dan Sampel.....	25
3.3. Variabel Penelitian.....	27
3.3.1. Identifikasi Variabel.....	27
3.3.2. Batasan Operasional Variabel.....	27
3.3.3. Pengukuran Variabel.....	29
3.4. Instrumen Penelitian.....	29
3.5. Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5.1. Jenis Data.....	30
3.5.2. Sumber Data.....	30



3.5.3. Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6. Teknik Analisis Data.....	31
3.7. Lokasi Penelitian.....	32
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. Sejarah Umum Bank BRI.....	33
4.2. Visi dan Misi.....	35
4.3. Sasaran Jangka Panjang.....	35
4.4. Tujuan BRI.....	36
4.5. Lokasi Penelitian.....	36
4.6. Struktur Organisasi.....	36
4.6.1. Deskripsi Jabatan.....	37
4.7. Jenis-jenis Layanan dan Jasa Keuangan Bank BRI.....	47
4.7.1. Jenis-jenis Layanan Nasabah BRI.....	47
4.7.2. Jasa Keuangan Dan Bisnis.....	50
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
5.1. Analisis dan Pembahasan.....	55
5.1.1. Uji Akurasi Data.....	55
5.1.1.1. Uji Validitas.....	55
5.1.1.2. Uji Reliabilitas.....	57
5.1.1.3. Uji Normalitas.....	58
5.1.2. Analisis Statistik Deskriptif.....	59
5.1.2.1. Analisis Deskriptif Non-Variabel.....	59
5.1.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Utama.....	63
5.1.3. Analisis Tabulasi Silang.....	74
5.1.4. Analisis Regresi Berganda.....	78
5.1.5. Analisis Korelasi.....	83
5.2. Pembahasan dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	91
6.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Tipe-tipe Perilaku Konsumen Keterlibatan.....	15
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
4.1. Struktur Organisasi Bank BRI.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Peringkat Bank Berdasarkan Kredit.....	4
1.2. Data Jumlah Nasabah (2004-2008).....	5
5.1. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Variabel Utama.....	56
5.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Utama.....	58
5.3. Hasil Uji Normalitas Variabel Utama.....	58
5.4. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	60
5.5. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Responden.....	60
5.6. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran per bulan.....	61
5.7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Darimana Mendapatkan Informasi Tabungan BritAma.....	62
5.8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Menggunakan Tabungan BritAma.....	63
5.9. Analisis Deskriptif Kemasan.....	64
5.10. Analisis Deskriptif Nama Merek.....	66
5.11. Analisis Deskriptif Pelayanan.....	67
5.12. Analisis Deskriptif Informasi.....	69
5.13. Analisis Deskriptif Ciri.....	71
5.14. Analisis Deskriptif Keputusan Nasabah.....	73
5.15. Tabulasi Silang antara Rata-rata pengeluaran per bulan dengan Lama menggunakan tabungan BritAma.....	74
5.16. Tabulasi Silang antara Usia dengan Rata-rata pengeluaran per bulan.....	75
5.17. Tabulasi Silang antara Usia dengan Darimana mengetahui tabungan BritAma.....	76
5.18. Tabulasi Silang antara Usia dengan Lama menggunakan tabungan BritAma.....	77
5.19. Tabulasi Silang antara Darimana mengetahui tabungan BritAma dengan Lama menggunakan tabungan BritAma.....	78
5.20. Tabel Model Summary.....	79
5.21. Hasil Uji F (F Test).....	80
5.22. Koefisien Regresi Berganda.....	81
5.23. Interval Koefisien Korelasi.....	84
5.24. Korelasi antara Atribut Produk terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Tabungan BritAma.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner.....	95
2. Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.....	99

**Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah
Menggunakan Tabungan BRI BritAma (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI
Cabang Rivai Kota Palembang).**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan BRI BritAma. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, selain itu menggunakan data sekunder yang diperoleh dari majalah dan internet.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari kelima variabel yang diteliti, hanya ada empat variabel yang berpengaruh secara statistik terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan BritAma. Adapun variabel yang sangat berpengaruh tersebut adalah variabel Kemasan (X1), variabel Pelayanan (X3), variabel Informasi (X4), dan variabel Ciri (X5). Nasabah dalam menggunakan tabungan BritAma memperhatikan keempat variabel tersebut. Semakin baik atribut produk yang melekat pada suatu produk maka akan mendorong konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

Kata kunci : Atribut Produk, Keputusan Nasabah.

**The Influence of Product Attribute to Customer Decisions Using BRI BritAma
(Study at Customer of BRI Bank Branch Rivai Palembang)**

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine whether the product attributes affect to customers decisions for saving in BRI BritAma. Main instruments used in this research is the questionnaire, and also the secondary data obtained from the magazines and the Internet.

The results of this research show that from five variables product attribute examined, only four variables that affect of the customer decision for saving in BritAma. The variables that influence are the Packaging (X1), the Service (X3), the Information (X4), and the Characteristics (X5). The customers must have attention to these four variables. The better attribute of one product will encourage consumers to use products.

Keywords: Product Attributes and Customer Decision.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu kegiatan usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan dalam perekonomian dewasa ini adalah kegiatan usaha lembaga keuangan perbankan. Hal tersebut dapat dipahami karena fungsinya sebagai lembaga intermediasi yang sangat berperan demi menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa dan sebagai penunjang dari keputusan bisnis yang merupakan kebutuhan dari masyarakat untuk melakukan suatu aktivitas perekonomian (Tifani, 2008:2). Bank dalam Undang-Undang RI nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan memiliki pengertian yaitu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak (Kasmir, 2003:23).

Tragedi krisis ekonomi tahun 1998 yang menimpa perekonomian Indonesia telah menunjukkan betapa mirisnya keadaan perekonomian Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan perekonomian di sektor perbankan. Salah satu efek yang terjadi pada saat krisis yang menghantam Indonesia pada tahun 1998 adalah dengan banyaknya bank yang dilikuidasi, dibekukan ataupun digabung dengan bank-bank lain (Suta & Moesa, 2003:24).

Seiring dengan berjalannya waktu, Indonesia terus mencoba memulihkan kegiatan perekonomian di sektor perbankan dan pada saat ini kegiatan dari sektor perbankan pun berangsur-angsur pulih. Hal ini terlihat dengan banyaknya permintaan dari pengusaha-pengusaha atau perusahaan-perusahaan yang membutuhkan jasa bank untuk mengajukan kredit pinjaman ke bank, atau masyarakat yang membutuhkan

jasa bank untuk menyimpan kekayaan atau pun untuk jasa-jasa yang lainnya. Dengan demikian berarti tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank telah kembali setelah krisis tahun 1998 yang terjadi. Kembalinya tingkat kepercayaan masyarakat dan banyaknya permintaan terhadap jasa bank menyebabkan menjamurnya bank-bank umum yang ada saat ini. Menjamurnya bank-bank umum ini tidak lepas dari kegiatan perekonomian yang makin tumbuh dan banyak membutuhkan jasa perbankan dalam kegiatannya.

Terjadi fenomena menjamurnya bank-bank umum yang ada di Indonesia saat ini menjadikan persaingan dalam dunia perbankan semakin ketat. Menurut data Bank Indonesia (2008), saat ini tercatat terdapat 131 bank umum konvensional yang ada di Indonesia. Tantangan di dunia perbankan akan semakin sulit dengan diterapkannya API (Arsitektur Perbankan Indonesia). API merupakan kebijakan pemerintah terhadap dunia perbankan di Indonesia yang penerapannya pada tahun 2010. Kebijakan ini membahas tentang struktur perbankan yang sehat, pengawasan yang independen, dan perlindungan konsumen (nasabah). Kebijakan mengenai API menuntut setiap bank berlomba menghimpun dana dari masyarakat. Upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam rangka meningkatkan modal perusahaan, bank-bank semakin melakukan promosi, inovasi produk, dan perbaikan kualitas layanan. Kalangan perbankan juga sudah menyepakati konsep Arsitektur Perbankan Indonesia (API); yang salah satu isinya adalah mengharuskan bank yang tidak punya modal di atas Rp.100 miliar harus rela keluar dari gelanggang dan menjadi bank dalam kegiatan terbatas (Abdullah, dikutip dari www.indonesia.go.id tahun 2009). Dengan gambaran situasi dan kondisi perbankan yang seperti ini menuntut bank-bank umum mulai bersaing dalam memenuhi modal minimum 100 milyar untuk tetap *survive*. Bank-bank umum harus melakukan banyak upaya agar usaha perbankan mereka

tidak turun kelas menjadi bank yang dikategorikan mempunyai cakupan yang terbatas. Dalam keadaan ini berarti terjadi persaingan yang semakin ketat antar bank-bank yang berada didalam suatu lingkup kompetisi pasar (Abdullah, dikutip dari *www.indonesia.go.id* tahun 2009).

Ketatnya kompetisi pasar perbankan konvensional saat ini menuntut bank-bank berkompetisi untuk merumuskan strategi manajemen yang kompetitif. Mereka bersaing dalam memasarkan produknya dengan tujuan untuk menjaring masyarakat agar mau menjadi nasabah mereka.

Salah satu produk perbankan yang paling familiar dikalangan masyarakat adalah tabungan. Tabungan adalah simpanan pihak ketiga di Bank yang dapat dicairkan sewaktu-waktu sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang bersangkutan (Tifani, 2008:5). Sedangkan menurut Undang-Undang Perbankan nomor 10 tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu (Kasmir, 2003:74). Dewasa ini tabungan merupakan salah satu wadah yang sangat dikenal oleh masyarakat luas dalam menyimpan uang. Saat ini sudah banyak orang atau pihak-pihak yang menggunakan jasa bank dalam menyimpan dana yang mereka miliki untuk kepentingan *saving*. Semua orang telah memiliki pola pikir yang maju dimana menabung merupakan hal yang sepertinya mutlak dilakukan untuk berbagai kepentingan. Dengan menjamurnya bank-bank umum konvensional di Indonesia saat ini berarti banyak pula produk tabungan yang ada. Dengan demikian persaingan dalam merebut nasabah pun semakin kompetitif.

Dalam tabel di bawah ini ditunjukkan peringkat bank-bank di Indonesia yang juga menunjukkan peta persaingan bank-bank yang ada di Indonesia pada tahun 2007-2008 berdasarkan kredit.

Tabel 1.1.
Peringkat Bank Berdasarkan Kredit
(Bank Rating Based On Credit)

No.	Desember 2007		Agustus 2008	
	Nama Bank	Total Kredit	Nama Bank	Total Kredit
1.	PT Bank Mandiri Tbk	125.280	PT BRI	144.485
2.	PT BRI	114.361	PT Bank Mandiri Tbk	138.307
3.	PT BNI Tbk	87.774	PT BNI Tbk	102.476
4.	PT BCA Tbk	82.503	PT BCA Tbk	102.301
5.	PT Bank Danamon Tbk	51.107	PT Bank Danamon Tbk	62.005
6.	PT Bank Niaga Tbk	41.843	PT Bank Niaga Tbk	46.359
7.	PT Pan Indonesia Bank	29.026	PT Pan Indonesia Bank	35.751
8.	PT BII	28.189	PT BII	33.016
9.	PT Bank Permata Tbk	25.989	PT Bank Permata Tbk	32.423
10.	PT BTN	22.352	PT BTN	28.589
	Total	608.424	Total	725.711

Sumber: www.ni.go.id

Catatan: Dalam Miliar Rupiah

Ditengah persaingan bisnis perbankan yang semakin ketat, yang perlu dipikirkan oleh lembaga perbankan tersebut adalah bagaimana memenangkan persaingan. Bank BRI sebagai salah satu bank umum konvensional juga meluncurkan strategi-strategi pemasarannya untuk membangun kepercayaan bagi calon nasabahnya. Bank BRI sendiri mempunyai beberapa produk tabungan antara lain: BRI Simpedes, BRI Simaskot, dan BRI BritAma. Salah satu produk tabungan yang ternama yaitu tabungan BRI BritAma.

Tabungan BRI BritAma memiliki perbedaan dengan produk tabungan BRI yang lainnya. Tabungan BRI BritAma merupakan tabungan yang digunakan oleh orang-orang atau pihak-pihak yang berkepentingan, dimana pada umumnya yang berada di perkotaan. Berbeda dengan tabungan BRI Simpedes atau pun Simaskot yang pada umumnya digunakan oleh orang-orang atau pihak-pihak yang pada umumnya berada di pedesaan. Dengan perbedaan tersebut dapat terlihat juga pada jumlah nasabah tabungan BRI BritAma itu sendiri. Sebagai informasi, berikut didapat data jumlah nasabah BRI BritAma yang berada di Kantor Cabang BRI Palembang Rivai.

Tabel 1.2.
Data Jumlah Nasabah
(2004-2008)

Tahun	Jumlah Nasabah BRI BritAma per Tahun
2004	14.508
2005	14.979
2006	15.506
2007	16.734
2008	16.809

Sumber: Laporan Tahunan BRI Kantor Cabang Palembang Rivai Tahun 2008

Dari data di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah BRI BritAma yang ada di Kantor Cabang Palembang Rivai mengalami peningkatan tiap tahunnya. BRI yang mempunyai produk tabungan BritAma melancarkan strategi-strategi pemasaran guna menyerap nasabah sebanyak-banyaknya. Strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah dengan menonjolkan keunggulan dari atribut-atribut produk tabungan BRI BritAma. Dengan menonjolkan keunggulan dari atribut-atribut produk tabungan BRI

BritAma diharapkan dapat mempengaruhi nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan tabungan BRI BritAma.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Atribut produk memiliki pengertian semua hal yang berhubungan dengan ciri-ciri yang melekat dari produk inti dan faktor-faktor pendukung yang berkaitan dengan produk itu sendiri (Kotler & Armstrong, 1997:274). Atribut tersebut yaitu kualitas, kemasan, bentuk, merek, label, ukuran, pelayanan dan lain sebagainya. Pengelolaan produk menjadi bagian penting dari kesuksesan pemasaran. Produk merupakan elemen 4 P yang terpenting dari sebuah perusahaan, sedangkan jika penetapan promosi yang baik, penetapan harga yang sesuai dan distribusi yang luas, menjadi tidak ada artinya bila produknya sendiri tidak sesuai dengan harapan konsumen (Amir, 2005:139).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada produk tabungan BRI BritAma dengan judul : **Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan BRI BritAma (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Cabang Rivai Kota Palembang).**

1.2. Perumusan Masalah

Dari fenomena-fenomena yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Apakah atribut produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan BRI BritAma kota Palembang dan seberapa besar pengaruhnya?”

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut produk apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan BRI BritAma kota Palembang.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Dapat menjadi bahan pertimbangan dan saran pemikiran bagi pihak perusahaan dalam usaha mendesain produknya.
2. Sebagai salah satu bahan pertimbangan atau literatur jika melakukan penelitian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi & Rasakan*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Impresario. Nomor 4, Edisi Desember 2008
- Indriantoro, Nur dan Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Jerry. 2007. *Pengaruh Atribut Produk Simpati Jitu Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Kota Palembang*. Palembang: Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
- Kasmir. 2003. *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Indeks
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Lestianingsih, Endang Sri. 2003. *Pengaruh Atribut Produk Shampo Sunsilk Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk*. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Natalisa, Diah. 2007. *Riset Pemasaran*. Palembang: Penerbit Unsri
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Prinsip-Prinsip Dasar Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta : Rineka Cipta
- Peter, J. Paul dan Olson. 1996. *Consumer Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Empat Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Santoso, Singgih. 2005. *Menggunakan SPSS dan Excel Untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Elex Media Computindo
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sumarni, Murti dan Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- _____. 1997. *Marketing Perbankan*. Yogyakarta: Liberty

Suratina. 2009. *Pengaruh Atribut Produk Deodoran Rexona Terhadap Sikap Konsumen dalam Memutuskan Pembelian*. Palembang: Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Suta, Ary dan Moesa. 2003. *Membedah Krisis Perbankan*. Jakarta: Yayasan SAD Satria Bakti

Tifani, Gianda. 2008. *Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Tabungan Berencana Syariah Mandiri Terhadap Keputusan Debitur Dalam Memilih Tabungan Berencana Syariah Mandiri*. Palembang: Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

Tjiptono, Fandy, dan kawan-kawan. 2003. *Marketing Scales*. Yogyakarta : Andi

Tombeng, Stefanus. 2008. *Pengaruh Atribut Produk (Merek, Harga, Dan Kualitas Layanan) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Starbucks Coffee Plaza Tunjungan 4 Surabaya*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra

Umar, Husein. 1997. *Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

www.bi.go.id diakses 24 April 2009

www.bri.co.id diakses 24 April 2009

www.indonesia.go.id diakses 27 Januari 2009