

Analisis sikap nasabah atas tabungan mandiri ditinjau dari bauran pemasaran pada PT Bank Mandiri (Persero) Cabang Jakarta Kuningan

Dwi Reza Budijanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70885&lokasi=lokal>

Abstrak

Salah satu upaya untuk mendukung program pembangunan nasional adalah dengan cara menghimpun dan mengelola dana masyarakat untuk kepentingan pembangunan, dan salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melalui Tabungan. PT Bank Mandiri (Persero) cabang Jakarta Kuningan sebagai salah satu bank milik pemerintah telah mempunyai jenis tabungan yaitu Tabungan Mandiri.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap nasabah tabungan pada PT Bank Mandiri cabang Jakarta Kuningan atas bauran pemasaran yang dilakukan manajemen PT Bank Mandiri Cabang Jakarta Kuningan dalam upaya untuk peningkatan penghimpunan dana masyarakat.

Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian survai, jenis penelitian deskriptif analitis, dengan sampel sebanyak 288 responden. Kuesioner diberikan pada nasabah tabungan yang sedang bertransaksi perbankan.

Berdasarkan hasil penelitian dari tujuh elemen bauran pemasaran dapat dilihat bahwa faktor proses, people dan physical evidence menjadi salah satu faktor yang saling berkaitan dan harus lebih banyak diperhatikan oleh manajemen PT Bank Mandiri Cabang Jakarta Kuningan terutama sekali terletak pada proses dan people. Hal ini terlihat dari banyaknya komplain dan keberatan nasabah yang kurang tertangani dengan baik oleh pegawai PT Bank Mandiri Cabang Jakarta Kuningan.

Sedangkan untuk keempat aspek lainnya (Product, Price, Place dan Promotion) masih dianggap standar dan masih cukup memuaskan keinginan nasabah.