

Analisis Conjoint Sebagai Alat Menentukan Model Preferensi Nasabah Menabung Di Bank

**Budiono
Nani Hidayati**

**Program Studi Statistika Terapan FMIPA Univ.Gajayana
Jl.Merjosari- Dinoyo Malang**

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 conjoint merupakan teknik untuk menentukan tingkat kepentingan dan nilai kepentingan relative dari berbagai atribut suatu produk dan jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor atau atribut beserta level mana saja yang dianggap paling dominan menjadi pertimbangan nasabah dalam menabung di LIPPO BANK Malang. Sedangkan faktor atau atribut dan level yang diteliti adalah : Bunga (1,88%, 2,18%, 4,58%, 5,18%), Hadiah (Barang elektronik, Uang, Sepeda Motor, Mobil), Biaya setoran Awal (150 ribu, 300 ribu, 500 ribu) dan Fasilitas (Kartu ATM, Kartu Debit). Dari hasil analisis conjoint diketahui bahwa, preferensi untuk faktor terpenting yang dipertimbangkan oleh nasabah adalah bunga tabungan dengan nilai penting relative sebesar (34,31%), kedua adalah hadiah tabungan (32,02%), ketiga adalah biaya setoran awal (21,34%) dan keempat adalah fasilitas (12,33%). Sedangkan level yang paling disukai dari faktor yang dipertimbangkan adalah bunga tabungan sebesar 5,18%, hadiah berupa mobil, biaya setoran awal 150 ribu dan fasilitas Kartu ATM.

Kata kunci : Preferensi. Analisis Conjoint dan nasabah.

Pendahuluan

Latar Belakang : Persaingan bisnis di era global ini sangat tajam. Persaingan merupakan tantangan yang berat bagi tiap-tiap perusahaan untuk dapat memenangkannya. Dimana lembaga perbankanpun tak lepas dari masalah persaingan ini. Untuk itu maka lembaga perbankan dituntut lebih professional dan selektif dalam sistem kerjanya, sehingga dapat menunjang kegiatan usahanya.

Untuk menarik nasabah baru, maka perlu mengembangkan faktor atau atribut beserta level-levelnya yang dimilikinya, sehingga dapat tercipta suatu pemberian pemasaran terhadap produknya sesuai dengan preferensi dan kepuasan dari nasabahnya. Faktor atau atribut adalah variabel spesifik yang ditunjukkan oleh dua atau lebih level, sedangkan level adalah nilai spesifik dari faktor. Untuk itu faktor atau atribut dan level

yang diteliti di Lippo Bank adalah Bunga (X_1) dengan level-levelnya (1,88%, 2,18%, 4,58%, 5,18%), Hadiah (X_2) dengan levelnya (Barang elektronik, Uang, Sepeda motor, Mobil) Biaya setoran awal (X_3) levelnya (150 ribu, 300ribu, 500ribu), dan Fasilitas (X_4) levelnya (Kartu ATM, Kartu Debit). Dengan menggunakan Analisis Conjoint dapat dibentuk suatu konsep produk baru yang ideal berdasarkan permintaan dan preferensi nasabah. Selain itu melalui Analisis Conjoint dapat diketahui nilai utilitas atau tingkat kepentingan tiap-tiap atributnya.

Rumusan masalah : Faktor apa saja yang menjadi pertimbangan nasabah untuk menabung di Lippo Bank dan Level mana saja yang lebih disukai oleh nasabah Lippo Bank cabang Malang?

Tujuan penelitian: mengetahui faktor atau atribut mana saja yang dianggap paling dominan menjadi pertimbangan nasabah menabung di Lippo Bank cabang Malang dan level mana saja yang paling disukai oleh nasabah

Manfaat penelitian: memberikan informasi kepada Lippo Bank cabang Malang mengenai preferensi nasabah dan faktor atau atribut-atribut pokok yang disukai oleh nasabah dan digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lippo Bank, Jalan Merdeka Timur no 7 Malang. Data dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung melalui pemberian kuesioner kepada responden .Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Lippo Bank yang baru saja melakukan transaksi perbankan di Lippo Bank cabang Malang. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah “*Teknik Non Probability Sampling Accidental*”.Jumlah sampel 100 orang.Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden ditujukan untuk mendapatkan data preferensi responden terhadap atribut dan level yang disukai.. Penilaian terhadap stimuli dengan menggunakan skala Likert dengan pemberian ranting dari 1 = Sangat Tidak Setuju sampai 5 = Sangat Setuju. Kriteria penilaian yaitu STS: Sangat Tidak Setuju,TS : Tidak Setuju, B : Biasa, S : Setuju dan SS : Sangat Setuju. Sedangkan untuk menduga nilai proporsi alasan responden menabung di Lippo Bank digunakan kriteria 1 : Bila memilih Bunga dan 0: Bila memilih yang lain.

Faktor utama konsumen memilih Lippo Bank Malang berdasarkan bauran pemasaran dibidang jasa perbankan mengacu pada perilaku konsumen, adalah Variabel (X_1): Bunga, Variabel (X_2): Hadiah, Variabel (X_3): Biaya setoran awal, Variabel (X_4): Fasilitas. Sedangkan level dari setiap variabel adalah (X_1) Bunga : 1,88%, 2,18%, 4,58%, 5,18%. (X_2) Hadiah: Barang-barang elektronik, Uang, Sepeda motor, Mobil. (X_3) Biaya setoran awal : 150.000, 300.000, 500.000. (X_4) Fasilitas : Kartu ATM, Kartu Debit

Stimuli dari empat faktor atau atribut (Bunga, Hadiah, Biaya setoran awal, dan Fasilitas) dan tiga belas level atau subatribut (empat untuk bunga, empat untuk hadiah, tiga untuk biaya setoran awal, dan dua untuk fasilitas), maka kemungkinan kombinasi dari penelitian ini : $4 \times 4 \times 3 \times 2 = 96$. Karena ada 96 kemungkinan kombinasi produk, maka hal ini tidak praktis sehingga digunakan stimuli dengan bantuan *SPSS for windows versi 13.00, hasilnya*:

Tabel 1 Kontruksi Stimuli Faktor dan Level

No	Stimuli
1	Bunga : 2,18%, Hadiah : Barang Elektronik, Setoran awal : 300 ribu, Fasilitas : Kartu ATM
2	Bunga : 5,18%, Hadiah : Barang Elektronik, Setoran awal : 150 ribu, Fasilitas : Kartu Debit
3	Bunga : 4,58%, Hadiah : Barang Elektronik, Setoran awal : 500 ribu, Fasilitas : Kartu Debit
4	Bunga : 1,888%, Hadiah : Sepeda Motor, Setoran awal : 150 ribu, Fasilitas : Kartu ATM
5	Bunga : 5,18%, Hadiah : Uang, Setoran awal : 300 ribu, Fasilitas : Kartu ATM
6	Bunga : 2,18%, Hadiah : Mobil, Setoran awal : 150 ribu, Fasilitas : Kartu Debit
7	Bunga : 4,58%, Hadiah : Mobil, Setoran awal : 150 ribu, Fasilitas : Kartu ATM
8	Bunga : 4,58%, Hadiah : Uang, Setoran awal : 150 ribu, Fasilitas : Kartu ATM
9	Bunga : 2,18%, Hadiah : Sepeda Motor, Setoran awal : 500 ribu, Fasilitas : Kartu ATM
10	Bunga : 5,18%, Hadiah : Mobil, Setoran awal : 500 ribu, Fasilitas : Kartu ATM
11	Bunga : 5,88%, Hadiah : Sepeda Motor, Setoran awal : 150 ribu, Fasilitas : Kartu Debit

12	Bunga : 1,88%, Hadiah : Barang Elektronik, Setoran awal : 150 ribu, Fasilitas : Kartu ATM
13	Bunga : 4,58%, Hadiah : Sepeda Motor, Setoran awal : 300 ribu, Fasilitas : Kartu Debit
14	Bunga : 1,88%, Hadiah : Mobil, Setoran awal : 300 ribu, Fasilitas : Kartu Debit
15	Bunga : 2,18%, Hadiah : Uang, Setoran awal : 150 ribu, Fasilitas : Kartu Debit
16	Bunga : 1,88%, Hadiah : Uang, Setoran awal : 500 ribu, Fasilitas : Kartu Debit

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur (kuesioner) yang digunakan telah mengukur informasi yang diperlukan. Uji ini dilakukan dengan mengukur korelasi antara variabel/item dengan skor total variabel. Digunakan validitas konstruk yaitu mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Uji validitas ini menggunakan teknik korelasi produk moment model Pearson's dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\left(\sum x^2 \right) - \left(\sum x \right)^2} \sqrt{\left(\sum y^2 \right) - \left(\sum y \right)^2}}$$

dimana :

r_{xy} = koefisien korelasi

x = skor pertanyaan untuk setiap subjek

y = skor total

xy = skor pertanyaan dan skor total

n = jumlah sampel

Menurut Sugiyono (1999) bilamana koefisien korelasi antara skor suatu indikator dengan skor total keseluruhan indikator positif dan lebih besar 0,3 ($r_{xy} \geq 0,3$) maka instrument tersebut dianggap valid.

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien α - Cronbach dengan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma_i^2}{\sigma_i^2} \right)$$

dimana :

α = keandalan alpa-Cronbach
k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varian butir

σ_i^2 = varian total

Menurut Malhotra suatu instrument dianggap sudah cukup reliable bilamana α - Cronbach $>0,6$

Prosedur Analisis Conjoint digunakan untuk mengetahui preferensi responden.. Dari hasil kuesioner preferensi merupakan data atau informasi yang akan dipergunakan untuk mengetahui rangking tingkat kepentingan relative dengan *Analisis Conjoint*. Model yang akan diduga adalah :

$$U(X) = \beta_0 + \beta_1 B_1 + \beta_2 B_2 + \beta_3 B_3 + \beta_4 H_1 + \beta_5 H_2 + \beta_6 H_3 + \beta_7 A_1 + \beta_8 A_2 + \beta_9 F_1$$

Dimana :

$U(X)$: Preferensi keseluruhan

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefesien dari variabel bunga dan koefisien ini untuk mencari nilai relative utilitas dari variabel bunga level 1, 2, 3 dan 4

$\beta_4, \beta_5, \beta_6$: Koefesien dari variabel hadiah dan koefisien ini untuk mencari nilai relative utilitas dari variabel hadiah level 1, 2, 3 dan 4

β_7, β_8 : Koefesien dari variabel biaya administrasi dan koefisien ini untuk mencari nilai relative utilitas dari variabel biaya setoran awal level 1, 2, dan 3

β_9 : Koefesien dari variabel fasilitas dan koefisien ini untuk mencari nilai relative utilitas dari variabel fasilitas level 1, dan 2

B_1, B_2, B_3 : Variabel dummy untuk bunga level 1, 2 dan 3

H_1, H_2, H_3 : Variabel dummy untuk hadiah level 1, 2 dan 3

A_1, A_2 : Variabel dummy untuk biaya setoran awal level 1, dan 2

F_1 : Variabel dummy untuk fasilitas level 1

Koding dari masing-masing variabel untuk variabel dummy nya adalah : Variabel Bunga : B_1 1,88% = 1, lainnya=0. B_2 2,18% = 1, lainnya=0. B_3 4,58% = 1, lainnya=0

Variabel Hadiah : H_1 barang-barang elektronik =1, lainnya=0. H_2 uang=1, lainnya=0. H_3 Sepeda motor = 1, lainnya =0.

Variabel biaya setoran awal : A_1 150.000 = 1, lainnya=0. A_2 300.000 = 1, lainnya=0.

Variabel fasilitas : F_1 kartu ATM = 1 , lainnya=0.

Kemudian dibuat matrik koding variabel *dummy*

Tabel 2 Matrik Koding Variabel Dummy

Level	Bunga			Hadiah			Biaya setoran awal		Fasilitas
	B ₁	B ₂	B ₃	H ₁	H ₂	H ₃	A ₁	A ₂	
1	1	0	0	1	0	0	1	0	1
2	0	1	0	0	1	0	0	1	0
3	0	0	1	0	0	1	0	0	-
4	0	0	0	0	0	0	-	-	-

Tabel variabel koding pada keseluruhan profil stimuli digunakan sebagai regresi dummy sehingga dari analisis *regresi dummy* variabel dapat dicari :

- Koefisien $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9$
- Koefisien utility (α_{ij}) untuk masing-masing faktor

Setiap koefisien dari variabel dummy merupakan perbedaan kontribusi sebesar (α_{ij}) dari variabel bersangkutan dikurangi kontribusi sebagian (α_{ij}) dari level dasar. Untuk mencari nilai (α_{ij}). Variabel bunga persamaan untuk mencari $\alpha_{11}, \alpha_{12}, \alpha_{13}, \alpha_{14}$

$$\begin{aligned}\alpha_{11} - \alpha_{14} &= \beta_1 \\ \alpha_{12} - \alpha_{14} &= \beta_2 \\ \alpha_{13} - \alpha_{14} &= \beta_3 \\ \alpha_{11} + \alpha_{12} + \alpha_{13} + \alpha_{14} &= 0\end{aligned}$$

Variabel hadiah, persamaan untuk mencari $\alpha_{21}, \alpha_{22}, \alpha_{23}$ dan α_{24}

$$\begin{aligned}\alpha_{21} - \alpha_{24} &= \beta_4 \\ \alpha_{22} - \alpha_{24} &= \beta_5 \\ \alpha_{23} - \alpha_{24} &= \beta_6 \\ \alpha_{21} + \alpha_{22} + \alpha_{23} + \alpha_{24} &= 0\end{aligned}$$

dari koefisien tersebut dicari nilai penting dari masing-masing atribut $I_i = \{\max(\alpha_{ij}) - \min(\alpha_{ij})\}$. I_i digunakan untuk mencari nilai total tingkat kepentingan

$$\text{relative dari seluruh atribut : } W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I}$$

sehingga diketahui urutan atribut mana yang paling penting.

Untuk mendesain stimuli digunakan bantuan program *SPSS release 13.00* dengan eksekusi *SYNTAX. EDITOR*. Pembuatan *Conjoint* dengan *SPSS* adalah sama dengan pembuatan stimuli.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Nilai korelasinya (r_{xy}) tiap instrument $\geq 0,3$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument sudah valid. Hasil lengkapnya pada tabel berikut :

Tabel 3. Uji Validitas

No	Variabel	Nilai Korelasi	Keterangan
1	X1 (Stimuli ke-1)	0,517	Valid
2	X2 (Stimuli ke-2)	0,594	Valid
3	X3 (Stimuli ke-3)	0,505	Valid
4	X4 (Stimuli ke-4)	0,398	Valid
5	X5 (Stimuli ke-5)	0,538	Valid
6	X6 (Stimuli ke-6)	0,593	Valid
7	X7 (Stimuli ke-7)	0,667	Valid
8	X8 (Stimuli ke-8)	0,650	Valid
9	X9 (Stimuli ke-9)	0,339	Valid
10	X10 (Stimuli ke-10)	0,542	Valid
11	X11 (Stimuli ke-11)	0,405	Valid
12	X12 (Stimuli ke-12)	0,385	Valid
13	X13 (Stimuli ke-13)	0,485	Valid
14	X14 (Stimuli ke-14)	0,378	Valid
15	X15 (Stimuli ke-15)	0,387	Valid
16	X16 (Stimuli ke-16)	0,319	Valid

Berdasarkan hasil uji instrumen dengan pendekatan model *Alpha Cronbach* nilainya sebesar 0,7554 yang nilainya lebih besar dari 0,6 ($\alpha > 0,6$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian sudah reliabel.

Dari hasil analisis data penelitian, maka diperoleh data modus preferensi konsumen terhadap stimuli produk tabungan pada tabel berikut ini:

Tabel 4 Modus Preferensi Responden

No. Stimuli	Jumlah Responden	Modus Preferensi
1	100	4
2	100	4
3	100	2
4	100	4
5	100	3
6	100	4
7	100	4
8	100	4
9	100	2
10	100	4
11	100	4
12	100	4
13	100	3
14	100	4
15	100	4
16	100	2

Untuk memudahkan dalam menganalisis *preferensi* responden terhadap stimuli, maka dapat disusun tabel sebagai berikut

Tabel 5. Preferensi Stimuli Berdasarkan Pilihan Responden

Preferensi	Stimuli	Jumlah
1	-	-
2	3, 9, 16	3
3	5, 13	2
4	1, 2, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 15	11
5	-	-

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa :

- Tidak ada stimuli produk tabungan Lippo Bank yang sangat tidak disetujui oleh 100 nasabah, karena para nasabah cenderung tidak memberikan *preferensi* pada stimuli tersebut dengan bobot 1.
- Ada 3 stimuli produk tabungan Lippo Bank yang tidak disetujui oleh 100 nasabah, karena para nasabah cenderung memberikan *preferensi* pada 3 stimuli tersebut dengan bobot 2.
- Ada 2 stimuli produk tabungan Lippo Bank yang oleh 100 nasabah dijawab biasa, karena para nasabah cenderung memberikan *preferensi* pada 2 stimuli tersebut dengan bobot 3.
- Ada 11 stimuli produk tabungan Lippo Bank yang disetujui oleh 100 nasabah, karena para nasabah cenderung memberikan *preferensi* pada 11 stimuli tersebut dengan bobot 4.
- Tidak ada stimuli produk tabungan Lippo Bank yang sangat disetujui oleh 100 nasabah, karena para nasabah cenderung tidak memberikan *preferensi* pada stimuli tersebut dengan bobot 5.

Dengan adanya stimuli yang disetujui atau disukai nasabah Lippo Bank diatas, diharapkan pihak Lippo Bank dapat memenuhi kriteria seperti yang diinginkan nasabah tersebut.

Analisis Conjoint

Bentuk input data untuk menduga model dasar analisis *Conjoint* digunakan prosedur analisis *regresi dummy* variabel berdasarkan tabel dibawah ini :

Tabel 5. Koding Variabel Dummy

No	Modus Likert Preferensi	Variabel								
		Bunga			Hadiah			Biaya Setoran awal		Fas ilita s
		B1	B2	B3	H1	H3	H4	A1	A2	F1
1	4	0	1	0	1	0	0	0	1	1
2	4	0	0	0	1	0	0	1	0	0
3	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0
4	4	1	0	0	0	0	1	1	0	1

5	3	0	0	0	0	1	0	0	1	1
6	4	0	1	0	0	0	0	1	0	0
7	4	0	0	1	0	0	0	1	0	1
8	4	0	0	1	0	1	0	1	0	1
9	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1
10	4	0	0	0	0	0	0	0	0	1
11	4	0	0	0	0	0	1	1	0	0
12	4	1	0	0	1	0	0	1	0	1
13	3	0	0	1	0	0	1	0	1	0
14	4	1	0	0	0	0	0	0	1	0
15	4	0	1	0	0	1	0	1	0	0
16	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0

Dari tabel diatas didapatkan persamaan *regresi dummynya* sebagai berikut:

$$U(X) = 3,125 - 0,250B_1 - 0,250B_2 - 0,500B_3 - 0,500H_1 - 0,750H_2 - 0,750H_3 + 1,500A_1 + 1,000A_2 + 0,250F_1$$

Selanjutnya mencari nilai penting relatif dari masing-masing factor dan tingkat kepentingan atau nilai utilitasnya dengan menggunakan bantuan program *SPSS versi 13.00* dengan eksekusi *syntax*. Secara keseluruhan hasil analisis *conjoint* adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Analisis Conjoint

Faktor	Level		Utilitas	Nilai penting Relatif
	No	Deskripsi		
Bunga	1	1,88%	-0,0513	0,3431
	2	2,18%	0,0013	
	3	4,58%	0,0088	
	4	5,18%	0,0413	
Hadiah	1	Barang Elektronik	-0,1113	0,3202
	2	Uang	-0,0688	
	3	Sepeda Motor	-0,1363	
	4	Mobil	0,3163	
Biaya Setoran Awal	1	150 Ribu	0,1233	,02134
	2	300 Ribu	-0,0154	
	3	500 Ribu	-0,1079	
Fasilitas	1	Kartu ATM	0,0475	0,1233
	2	Kartu Debit	-0,0475	

Berdasarkan tabel hasil analisis *conjoint* diatas dapat diketahui nilai utilitas tiap level- level dari faktor-faktor tersebut adalah :

- BUNGA, terlihat bahwa *utility* untuk bunga 2,18%, 4,58%, dan 5,18% adalah positif, maka secara umum nasabah Lippo Bank suka dengan bunga tersebut, namun untuk bunga 5,18% mempunyai nilai lebih besar dibandingkan dengan yang lain yaitu 0,0413 sehingga dapat dianalisis bahwa nasabah lebih suka bunga tabungan sebesar 5,18%. Jadi *preferensi* nasabah terhadap bunga tabungan adalah nasabah paling suka dengan bunga tabungan sebesar 5,18%, *preferensi* kedua dengan bunga 4,58% dan *preferensi* ketiga adalah tabungan dengan bunga 2,18%. Sedangkan tabungan dengan bunga 1,88% nasabah Lippo Bank tidak suka karena hasil analisis menunjukan nilai *utilitynya* negatif yaitu (-0,0513)
- HADIAH, terlihat bahwa *utility* untuk hadiah undian mobil adalah positif, maka nasabah Lippo Bank suka dengan hadiah undian berupa mobil. Sedangkan hadiah seperti barang elektronik, uang, sepeda motor nasabah tidak suka, karena dari hasil analisis nilai *utilitynya* negative. Jadi tingkat *preferensi* nasabah terhadap hadiah undian adalah nasabah lebih suka tabungan dengan hadiah undian berupa mobil.
- BIAYA SETORAN AWAL, terlihat bahwa *utility* untuk biaya setoran awal sebesar 150 ribu adalah positif, maka nasabah Lippo Bank suka dengan biaya setoran awal sebesar 150 ribu. Sedangkan untuk biaya setoran awal 300 ribu dan 500 ribu nasabah tidak suka, karena dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *utility* untuk biaya setoran awal 300 ribu dan 500 ribu adalah negatif. Jadi tingkat *preferensi* nasabah Lippo Bank terhadap biaya setoran awal lebih suka dengan tabungan dengan biaya setoran awal sebesar 150 ribu.
- FASILITAS, terlihat bahwa *utility* untuk fasilitas kartu ATM adalah positif, maka nasabah Lippo Bank suka dengan fasilitas kartu ATM. Sedangkan untuk fasilitas kartu Debit nasabah tidak suka, karena dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *utility* untuk fasilitas kartu Debit adalah negative yaitu (-0,0475). Jadi *preferensi* nasabah Lippo Bank terhadap fasilitas lebih suka pada kartu ATM.

Hasil analisis *conjoint* menunjukkan bahwa nilai penting relatif (*relative importance*) tertinggi dari keempat atribut tersebut adalah atribut bunga sebesar 34,31%. Hal ini menunjukkan bahwa bunga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan utama nasabah menabung di Lippo Bank. Pertimbangan kedua adalah hadiah, pertimbangan ketiga adalah biaya setoran awal, Sedangkan untuk pertimbangan keempat adalah fasilitas.

Dari analisis diatas diketahui sebuah level yang disukai oleh nasabah Lippo Bank yaitu tabungan dengan bungan sebesar 5,18%, hadiah undian berupa mobil, biaya setoran awal sebesar 150 ribu dan fasilitas yang didapat adalah kartu ATM.

Analisis conjoint bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi atau pola pendapat konsumen, yang nantinya akan dibandingkan dengan pendapat konsumen yang sebenarnya. Hal ini dapat dilihat dengan nilai koefisien determinasi, jika menghasilkan nilai yang besar atau tinggi maka model tersebut baik untuk memprediksi pendapat konsumen. Dari hasil analisis *conjoint* didapat koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,825 atau 82,5% yang berarti model dapat memprediksi pola pendapat konsumen.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Nilai utilitas tiap level-level dari faktor –faktor tersebut adalah :

- *Preferensi* nasabah Lippo Bank terhadap bunga tabungan yaitu nasabah paling suka dengan bunga tabungan sebesar 5,18%, preferensi kedua bunga tabungan sebesar 4,58% , ketiga bunga tabungan sebesar 2,18% dan yang keempat adalah bunga tabungan sebesar 1,88%.
- *Preferensi* nasabah Lippo Bank terhadap hadiah undian yaitu nasabah paling suka dengan hadiah undian mobil.
- *Preferensi* nasabah Lippo Bank terhadap biaya setoran awal yaitu nasabah paling suka dengan biaya setoran awal sebesar 150 ribu.
- *Preferensi* nasabah Lippo Bank terhadap fasilitas tabungan yaitu nasabah paling suka dengan fasilitas kartu ATM.

Hasil analisis conjoint menunjukkan bahwa nilai penting relatif (*relative importance*) tertinggi dari keempat atribut tersebut adalah atribut bunga (34,31%). Hal ini menunjukkan bahwa bunga merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan

nasabah dalam menabung. Preferensi kedua adalah hadiah (32,02%), preferensi ketiga adalah biaya setoran awal (21,34%), dan preferensi keempat adalah fasilitas (12,33%).

Level yang disukai oleh nasabah Lippo Bank yaitu tabungan dengan bungan sebesar 5,18%, hadiah undian berupa mobil, biaya setoran awal sebesar 150 ribu dan fasilitas yang didapat adalah kartu ATM.

Saran

Bank dalam menarik minat nasabah untuk menabung hendaknya lebih memperhatikan perilaku konsumen terhadap produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta harus memelihara dan meningkatkan hubungan dengan konsumen dengan cara meningkatkan produk. Oleh karena itu bank lebih memperhatikan nasabah sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran untuk langkah berikutnya.

Daftar Rujukan

- Kotler, Philip, 1996, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Salemba Empat-PrenticeHall, Jakarta
- Malhotra, Naresh. K, 2005, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, PT. Indeks Kelompok gramedia, Jakarta
- Santoso S, Fandy, 2001, *Riset Pemasaran Konsep Dan Aplikasi dengan SPSS* PT.Elex Media Komputindo, Jakarta
- Simamora, Bilson, 2004, “*Panduan Riset Perilaku Konsumen*”, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Solimun, M. S. , 2005, “*Kisi-Kisi Analisis Data (Pemodelan Statistik) dan Metode Penelitian*”, Fakultas MIPA Universitas Brawijaya, Malang (Tidak dipublikasikan)
- Sugiyono, 1999, “*Metode Penelitian Bisnis*”, Alfabeta, Bandung
- Umar, Husein, 2003, “*Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*”, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Tjipto, Fandy, 1998, “*Strategi Pemasaran*”, Penerbit Andi, Yogyakarta