

## **HUBUNGAN MOTIVASI MENABUNG DENGAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI NASABAH LPD DESA ADAT CANGGU, KUTA UTARA, BADUNG**

**I Gede Arie Novita Pratama**

Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Bali-Indonesia

Email: gedepatama@rocketmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik nasabah, motivasi nasabah untuk menabung dan pengaruh motivasi menabung dengan karakteristik demografi nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cunggu. Responden sebanyak 100 orang yang ditentukan dengan rumus *slovin* dan teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis *chi-square*. Hasil penelitian tidak semua memiliki hubungan signifikan antara motivasi menabung dengan variabel karakteristik demografi. Motivasi menabung terbentuk hubungan signifikan dengan variabel usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, pendidikan terakhir dan pendapatan. Sedangkan motivasi menabung dengan variabel pekerjaan tidak terbentuk hubungan signifikan.

**Kata kunci:** Analisis *chi-square*, deskriptif, karakteristik demografi, Motivasi

### **ABSTRACT**

This study aims to find out the customer's characteristics, customer's motivation to save and the effect of saving motivation towards the demographic characteristics of customers' Village Credit Institutions (LPD) in the Cunggu Village. Number of respondents were 100 people who were determined by the formula of Slovin and sampling techniques by using purposive sampling. Data were analyzed by using descriptive analysis and chi-square analysis. The results shows do not all have significant correlations between saving motivation with variable of demographic characteristics. Saving motivation have significant correlations between variables of age, gender, number of family, education level and income. While the saving motivation with jobs variable have not significant correlations.

**Keywords:** chi-square analysis, descriptive, demographic characteristics, motivation

### **PENDAHULUAN**

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan lembaga keuangan dengan karakteristik sebagai institusi yang dimiliki dan diatur oleh Desa Adat. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) sepenuhnya terintegrasi ke dalam budaya Bali dan inklusif dalam penjangkauan, meliputi semua Desa Adat di Bali. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) berfungsi sebagai lembaga keuangan desa otonom, tetapi tidak berwenang

untuk menyebut dirinya bank karena Lembaga Perkreditan Desa (LPD) tidak memiliki izin dan diatur oleh Bank Indonesia. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) adalah jaringan lembaga keuangan dibawah hukum Provinsi Bali yang diatur, dimiliki dan dibiayai oleh Desa Adat.

Relatif banyaknya lembaga keuangan yang beroperasi di Bali menyebabkan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) memerlukan strategi pemasaran untuk dapat bersaing. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) perlu mengetahui motivasi nasabah untuk menabung dan segmentasi berdasarkan demografi nasabah agar mampu merencanakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Motivasi merupakan dorongan dari dalam yang disebabkan oleh kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi sehingga menyebabkan timbulnya tindakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Segmentasi demografi merupakan segmentasi berdasarkan usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan dan kelas *social*. Segmentasi berdasarkan demografi *relative* lebih mudah diukur dari pada variabel segmentasi lainnya. Segmentasi Demografi sangat berhubungan erat dengan tingkat variasi kebutuhan, keinginan dan penggunaan karenanya *factor* demografi adalah dasar paling umum yang digunakan untuk menetapkan segmentasi kelompok pelanggan.

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü juga perlu mengetahui motivasi nasabah dan demografi nasabah agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan yang ada di Desa Adat Canggü. Dengan mengetahui motivasi dan demografi nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü mampu

menumbuhkan peluang yang besar untuk menjaring nasabah baru dengan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakter nasabah di Desa Adat Canggü. Lembaga keuangan yang menjadi pesaing dari Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü dapat ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Beberapa Lembaga Keuangan Yang Beroperasi di Sekitar Desa Adat Canggü**  
**Tahun 2011**

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	Koperasi Cahaya Mitra Mandiri	Jl. Raya Batu Bolong No.1 Canggü
2	Bank Sinar Kantor Kas Tibubeneng	Jln Raya Canggü No. 96, Badung
3	Koperasi Simpan Pinjam KANTI	Jl. Pantai Batu Bolong, Canggü, Kuta Utara, Badung
4	Bank BRI Unit Canggü	Jln Raya Canggü, Kuta Utara, Badung
5	Koperasi Simpan Pinjam Yoni Artha Persadha	Jln. Raya Canggü, Kuta Utara, Badung
6	Koperasi Simpan Pinjam Bhuana Kasih	Br. Babakan, Canggü No. 54 Kuta Utara-Badung
7	Koperasi Simpan Pinjam Yudistira	Br. Tuka, Ds. Dalung, Kec. Kuta Utara, Badung-Bali
8	Koperasi Mina Merta Asih	Jl. Raya Canggü No. 58, Kuta Utara, Badung-Bali
9	Koperasi Dharma karya	Perum Puri Sabdha Canggü Blok D/16

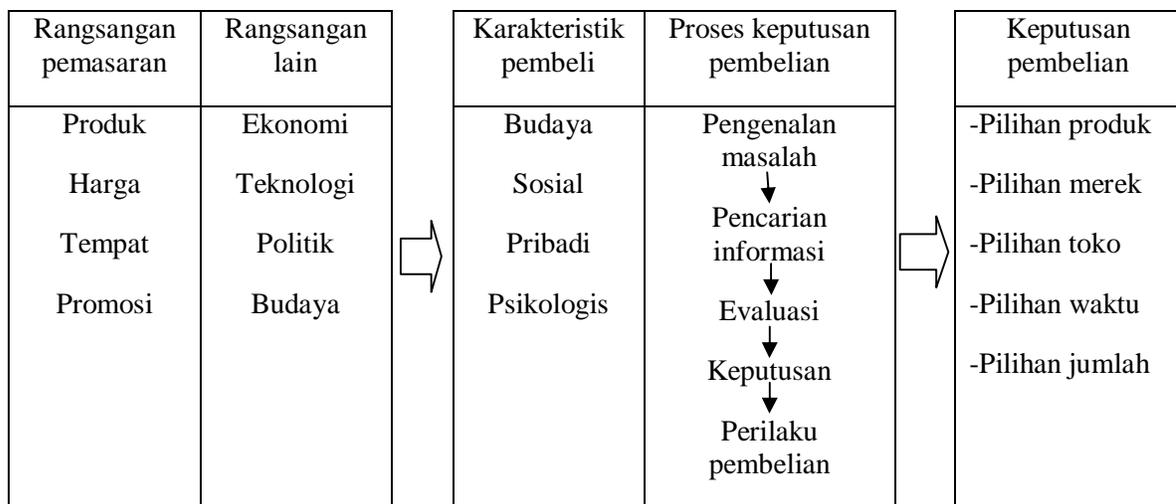
Sumber: Data Primer Diolah (Tahun 2012)

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi pokok permasalahan adalah.

- 1) Bagaimanakah karakteristik nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü berdasarkan segmentasi variabel demografi?
- 2) Apakah yang memotivasi nasabah untuk menabung di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü?
- 3) Bagaimanakah hubungan motivasi menabung dengan karakteristik demografi nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü?

Perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan produk dan jasa (Swastha dan Handoko, 2000:10). Bagaimana konsumen memberikan tanggapan terhadap pemasaran yang dilakukan, digambarkan pada gambar 1.

**Gambar 1**  
**Model Perilaku Konsumen**



Sumber: Kotler (2005:203)

Gambar 1 menjelaskan bahwa konsumen memperoleh rangsangan dari produk, harga, tempat, promosi, ekonomi, teknologi, politik dan budaya yang memasuki kotak hitam konsumen dan akan menghasilkan respon tertentu.

Menurut Suprapti (2010:49) motivasi merupakan kekuatan pendorong dalam diri yang mekasa untuk bertindak. Kekuatan pendorong tersebut dihasilkan dari keadaan yang menekan, yang terjadi akibat kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi. Sumarwan (2004:35) menyatakan rangsangan akan menyebabkan timbulnya kebutuhan yang bisa berasal dari dalam diri akibat adanya kesenjangan antara yang

dirasakan dengan apa yang seharusnya dirasakan. Berdasarkan teori hirarki kebutuhan dari Maslow mengemukakan kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingan, mulai dari yang rendah sampai dengan kebutuhan paling tinggi. Model tingkat kebutuhan maslow terdiri dari lima tingkatan yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan ego dan kebutuhan aktualisasi diri. Masing-masing kebutuhan tersebut akan berusaha dipenuhi, mulai dari tingkat yang paling rendah (kebutuahn fisiologis) kemudian ketingkat yang lebih tinggi.

Pada saat ini sangat sulit apabila melakukan pemasaran secara masal yang dikarenakan keberagaman perilaku konsumen dan semakin tinggi pengetahuan konsumen tentang produk dan jasa. Karena itu sangat perlu melakukan segmentasi pasar untuk mengidentifikasi peluang pasar dengan lebih baik. Segmen pasar terdiri dari kelompok yang dapat diidentifikasi dalam sebuah pasar yang memiliki persamaan dalam hal keinginan, daya beli, lokasi geografi, perilaku pembelian dan kebiasaan pembelian. Segmentasi pasar merupakan pengkotak-kotakan pasar kedalam kelompok pasar yang potensial yang memiliki kesamaan kebutuhan, karakter dan memiliki respon yang sama dalam menentukan pilihan produk untuk dibeli (Kasali, 2001:119). Kotler dan Armstrong (2008:225) menyatakan bahwa variabel yang dapat digunakan dalam melakukan segmentasi pasar antara lain variabel geografi, demografi, psikografi dan perilaku.

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cangu memungkinkan melakukan segmentasi berdasarkan variabel demografi, karena variabel demografi merupakan variabel yang paling umum digunakan untuk menetapkan kelompok pasar

dan variabel demografi sangat berhubungan erat dengan tingkat variasi kebutuhan, keinginan dan penggunaan konsumen. Teori tingkat kebutuhan Maslow dapat digunakan untuk mengetahui motivasi nasabah untuk menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cunggu.

Beberapa kajian teoritis menunjukkan adanya pengaruh antara motivasi dengan demografi. Salah satunya oleh Paul (2010) yang mengemukakan bahwa tiga karakteristik demografi yaitu usia, jenis kelamin dan pekerjaan berhubungan dengan loyalitas layanan yang menyebabkan terbentuknya motivasi membeli kembali. Sedangkan menurut Kathrin (2010) mengemukakan bahwa segmentasi berdasarkan demografi tidak mempengaruhi signifikan dan yang membedakan adalah skala prioritas. Dalam penelitian Mahrinasari (2010) mengungkapkan bahwa loyalitas konsumen pada merek berhubungan signifikan dengan segmentasi demografi yaitu pekerjaan, pendidikan dan *income*. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa variabel demografi terdapat hubungan signifikan terhadap frekuensi menabung.

Hipotesis penelitian ini terdapat hubungan signifikan antara motivasi menabung dengan karakteristik demografi nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cunggu.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Desa Adat Cunggu, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. Sampel dari penelitian ini adalah sebagai kecil dari nasabah penabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cunggu yang menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan jumlah sampel. Jumlah sampel

ditentukan sebanyak 100 responden dan teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan menggunakan metode kuisioner. Teknik analisis menggunakan analisis deskripsi dan analisis *chi-square*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Karakteristik Nasabah Penabung Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü dengan karakteristik berdasarkan usia terbanyak dari seluruh nasabah penabung adalah usia 50 - 64 tahun sebesar 41%, kemudian disusul dengan usia  $\geq 65$  tahun sebesar 29%, usia 35 - 49 tahun sebesar 20% dan terakhir usia 20-34 tahun sebesar 10%. Nasabah penabung laki-laki merupakan nasabah terbanyak sebesar 66% sedangkan perempuan sebesar 34% dengan jumlah anggota keluarga terbesar adalah 7 orang anggota keluarga sebesar 37% disusul dengan 5 dan 6 anggota keluarga sama-sama sebesar 16%, jumlah anggota keluarga  $\geq 8$  orang sebesar 15%, jumlah anggota keluarga  $\leq 3$  orang sebesar 9% dan terakhir sebesar 7 % adalah 4 orang anggota keluarga. Pekerjaan nasabah yang paling banyak adalah sebagai pegawai swasta sebesar 37% dari total jumlah nasabah penabung, kemudian petani 19%, nelayan 16%, pemborong 10%, pensiunan dan PNS masing-masing 8%, dan terakhir sebesar 1% adalah sebagai pedagang dan buruh atau tukang. Tingkat pendidikan nasabah penabung sebesar 42% adalah Perguruan tinggi, kemudian 29% adalah SMA, 17% SMP dan terakhir SD sebesar 12% dengan pendapatan nasabah penabung paling besar adalah Rp. 3.000.001 - 5.000.000 sebesar 49%, kemudian pendapatan Rp. 1.000.001 - 2.000.000 sebesar 20%, pendapatan Rp. 2.000.001 - 3.000.000 sebesar 16%, pendapatan  $< \text{Rp}1.000.000$  sebesar 13%, dan terakhir pendapatan  $> \text{Rp}$ .

5.000.000 sebesar 2% dari total nasabah penabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cunggu. Uji validitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,4. Jadi dapat dinyatakan bahwa seluruh instrumen telah memenuhi syarat validitas data.

**Tabel 2**  
**Hasil uji validitas**

No	Variabel	Instrumen	<i>Loading Factor</i>
1	Kebutuhan Fisiologis	X1.1	0,950
		X1.2	0,955
		X1.3	0,951
		X1.4	0,964
2	Kebutuhan Rasa Aman	X2.1	0,967
		X2.2	0,958
		X2.3	0,956
		X2.4	0,955
3	Kebutuhan Sosial	X3.1	0,971
		X3.2	0,951
		X3.3	0,963
		X3.4	0,978
4	Kebutuhan Ego	X4.1	0,946
		X4.2	0,958
		X4.3	0,951
		X4.4	0,958
5	Kebutuhan Aktualisasi Diri	X5.1	0,948
		X5.2	0,957
		X5.3	0,967
		X5.4	0,956
6	Lain – Lain	X6.1	0,949
		X6.2	0,938
		X6.3	0,946
		X6.4	0,924

Sumber: Data diolah

Uji reliabilitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* dari setiap variabel sudah lebih besar dari 0,6. Jadi dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat kehandalan (*reliable*).

**Tabel 3**  
**Hasil uji reliabilitas data**

No	Variabel	Alpha Cronbach
1	Kebutuhan Fisiologis	0,974
2	Kebutuhan Rasa Aman	0,977
3	Kebutuhan Sosial	0,978
4	Kebutuhan Ego	0,970
5	Kebutuhan Aktualisasi Diri	0,978
6	Lain – Lain	0,952

Sumber: Data diolah

**Motivasi nasabah Lembaga Perkreditad Desa (LPD) di Desa Adat Canggung untuk menabung**

Data tentang motivasi berdasarkan indikator-indikatornya dikelompokkan menjadi tiga yaitu, motivasi rendah, motivasi sedang, dan motivasi tinggi.

Pengelompokan dilakukan dengan menggunakan nilai interval seperti berikut:

$$I = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}} = \frac{5 - 1}{3} = 1,33$$

- 1) Interval 1,00 – 2,33 = Motivasi Rendah (1)
- 2) Interval 2,34 – 3,67 = Motivasi Sedang (2)
- 3) Interval > 3,67 = Motivasi Tinggi (3)

Berdasarkan formula di atas dapat dijelaskan motif motivasi sebagai berikut.

Motivasi kebutuhan fisiologis alasan nasabah menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggung tergolong motivasi tinggi. Motivasi kebutuhan rasa aman alasan nasabah menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggung tergolong motivasi tinggi. Motivasi kebutuhan sosial alasan nasabah

menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü tergolong motivasi tinggi. Motivasi kebutuhan ego alasan nasabah menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü tergolong motivasi tinggi. Motivasi kebutuhan aktualisasi diri alasan nasabah menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü tergolong motivasi tinggi. Selain kelima indikator motivasi nasabah untuk menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü, berdasarkan pengamatan ditemukan alasan lain nasabah untuk menabung yaitu karena lokasi yang dekat, pelayanan yang ramah, pembukaan rekening dan penarikan yang mudah dan cepat serta bunga yang tinggi dan tergolong motivasi tinggi.

#### **Hubungan Motivasi Menabung dengan Karakteristik Sosial Demografi Nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Canggü**

Terdapat hubungan signifikan antara motivasi nasabah untuk menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü dengan demografi nasabah yang ditunjukkan dengan hasil analisis *chi-square* bahwa terdapat hubungan signifikan antara motivasi dengan variabel demografi yaitu usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, pendidikan, dan pendapatan sedangkan antara motivasi dengan pekerjaan tidak terdapat hubungan.

Hubungan antara motivasi menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü dengan demografi nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü, bahwa usia di bawah 50 tahun memiliki motivasi rendah sampai dengan sedang untuk menabung, sedangkan usia diatas sama dengan 50 tahun

memiliki tingkat motivasi tinggi untuk menabung. Motivasi tinggi nasabah diatas sama dengan 50 tahun ini dikarenakan adanya persepsi nasabah umur 50 tahun keatas menabung untuk keperluan masa tua karena itu di usia 50 tahun keatas ini mereka berfikir untuk menginvestasikan penghasilannya untuk masa tua atau pensiun dengan menabung.

Perempuan memiliki motivasi rendah sampai dengan sedang untuk menabung, sedangkan laki-laki memiliki motivasi tinggi untuk menabung. Motivasi tinggi laki-laki untuk menabung di karenakan laki-laki adalah kepala keluarga sehingga mereka harus mempunyai biaya cadangan untuk keperluan tidak terduga dan persiapan hari raya sehingga menyimpan kelebihan penghasilan dengan menabung.

Nasabah yang memiliki jumlah anggota keluarga lebih kecil dari 5 orang memiliki motivasi rendah untuk menabung sedangkan nasabah yang memiliki jumlah anggota keluarga lebih besar sama dengan 5 orang memiliki motivasi sedang sampai dengan motivasi tinggi untuk menabung. Motivasi tinggi yang dimiliki nasabah yang keluarga lebih besar sama dengan 5 orang di karenakan mereka memiliki persepsi bahwa biaya hidup yang dibutuhkan lebih tinggi baik itu kebutuhan tidak terduga, kebutuhan untuk hari raya dan kebutuhan untuk upacara yadnya sehingga mereka menyimpan kelebihan penghasilan mereka dengan menabung.

Nasabah yang pendidikannya dibawah sama dengan SMA memiliki motivasi rendah sampai dengan sedang untuk menabung sedangkan nasabah yang pendidikannya perguruan tinggi memiliki motivasi tinggi untuk menabung. Motivasi

tinggi nasabah yang berpendidikan perguruan tinggi di sebabkan oleh wawasan yang luas sehingga nasabah yang memiliki pendidikan perguruan tinggi mengetahui bahwa Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cunggu adalah lembaga keuangan milik desa, karyawan berasal dari desa sendiri sehingga dengan menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cunggu berarti sama juga membangun Desa. Nasabah yang berpendidikan perguruan tinggi juga berkeinginan untuk memberikan pendidikan yang tinggi untuk anaknya sehingga mereka menyimpan kelebihan penghasilan mereka dengan menabung.

Nasabah yang memiliki pendapatan dibawah Rp. 3.000.000,- memiliki motivasi yang rendah sampai dengan sedang untuk menabung, nasabah yang pendapatannya lebih tinggi sama dengan Rp. 3.000.000,- memiliki motivasi tinggi untuk menabung. Motivasi tinggi nasabah yang pendapatannya lebih tinggi sama dengan Rp. 3.000.000,- untuk menabung karena nasabah yang berpendapatan lebih tinggi sama dengan Rp. 3.000.000,- ingin menyimpan kelebihan penghasilannya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Karakteristik nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Cunggu adalah berusia 50 – 64 tahun (41 persen), berjenis kelamin laki-laki (66 persen), mempunyai jumlah anggota keluarga sebanyak 7 orang (37 persen), mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta (37 persen), berpendidikan perguruan tinggi (42 persen), dan berpendapatan Rp. 3.000.001,00 – Rp. 5.000.000,00 (49 persen). Faktor motivasi nasabah untuk menabung di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat

Canggu yang tergolong faktor motivasi tinggi antara lain. menabung karena pengaruh teman, menabung untuk upacara yandnya dan karena lokasi Lembaga Perkreditan Desa (LPD ) Desa Adat Canggu dekat, menabung karena Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Canggu adalah lembaga keuangan milik Desa, menabung karena pengurus Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Canggu dapat dipercaya. Berdasarkan gambaran hubungan motivasi menabung dengan karakteristik demografi nasabah di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggu dapat disimpulkan terdapat hubungan signifikan antara motivasi nasabah untuk menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggu dengan karakteristik demografi nasabah. Hubungan yang signifikan tersebut terdapat pada : hubungan motivasi dengan usia, hubungan motivasi dengan jenis kelamin, hubungan motivasi dengan jumlah anggota keluarga, hubungan motivasi dengan pendidikan terakhir, hubungan motivasi dengan pendapatan, sedangkan antara motivasi dengan pekerjaan tidak terdapat hubungan.

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggu diharapkan lebih fokus pada segmen pasar dengan umur 50 tahun keatas, berpendidikan perguruan tinggi, beranggota keluarga diatas 5 orang dan berpendapatan diatas Rp. 3.000.000,- karena segmen tersebut memiliki motivasi tinggi untuk menabung. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggu diharapkan bisa memanfaatkan faktor teman untuk membujuk calon nasabah untuk menabung, membuat produk tabungan yang bisa memfasilitasi pembiayaan upacara yadnya dan meningkatkan rasa memiliki nasabah terhadap Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggu. Lembaga

Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü diharapkan lebih gencar untuk mencari nasabah yang memiliki penghasilan tinggi dan mempertahankan kepercayaan nasabah terhadap Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Canggü.

## REFERENSI

- Andrus Kotri. 2006. Memahami Aspek Produk dan Pelayanan yang Berharga Bagi Konsumen pada Perusahaan Estonia . *Tesis* Pasca Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Administrasi Bisnis Universitas Tartu, [www.tyk.ee](http://www.tyk.ee)
- Fakultas Ekonomi Universitas Udayana. 2009. Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Mekanisme Pengujian. Denpasar
- Freddy Rangkuti. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Rhenald. 2005 *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targetting, Positioning*. Jakarta : PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Kathrin Irvhana 2010. Analisis Segmen Pasar dan Perilaku Nasabah Bank Syariah di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* pada institut Pertanian Bogor.
- Kelli Bodey dan Debra Grace 2006. Segmenting Service "complainers" and "non-complainers" on the basis of consumer characteristics. *Journal of service marketing* Departemen of MArketing, Griffith Busines Scool, Griffith University, Gold Coast MC, Qoensland, Austyralia
- Kotler Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga
- Nata Wirawan. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia) Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Kedua. Denpasar : Keraras Emas.

- Mowen John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Ofandi Risnewati Manulu 2007. Pengaruh Pemasaran Relasional dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI). *Tesis* Pasca Sarjana pada Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Paige P. Schneider. 2006. Segmentasi Pasar Wisata Pertualangan Berdasarkan Prilaku Konsumen. *Jurnal Pemasaran* pada Michigan State University. [www.xolaconsulting.com](http://www.xolaconsulting.com)
- Paul G. Patterson 2007. Demographic Correlates of Loyalty in a Service Context. *Journal of Service Marketing*, Scoll of Marketing, University of New South Wales, Synbey, Australia
- Putra Adnyana. 2007. Analisis Segmentasi Mobil Toyota di Kota Denpasar. *Skripsi* Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Denpasar, Bali.
- Robinson Pearce. 2000. *Manajemen Stratejik*. Jakarta : Binarupa Aksara
- RR. Kathrin Irviana. 2010. Analisis Segmen Pasar dan Perilaku Nasabah Terhadap Bank Syariah di Wilayah DKI Jakarta. *Skripsi* Manajemen dan Bisnis pada Institut Pertanian, Bogor.
- Simamora Bilson. 2004. *Riset Pemasaran, Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. CV. Alfabeta
- Sri Suprapti Ni Wayan. 2010. *Perilaku Konsumen*. Denpasar-Bali: Udayana University Pres
- Swastha Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi
- Ujang Sumarwan. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapat dalam Pemasaran*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia
- Umar Husein. 2002. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cetakar Kelima. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

\_\_\_\_\_2010. Hubungan Segemntasi Geografis dan Loyalitas Nasabah pada 3 (tiga) Bank yang Wilayah Operasionalnya di Daerah Lampung (yaitu Mandiri, BNI, dan BCA) pada *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Institut Pertanian, Bogor.