

ABSTRAK
**Pengaruh Fitur Produk Mandiri Tabungan Rencana Terhadap Keputusan
Pembelian Nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero), Tbk.
KCP Bandung Jamsostek**

Oleh :
Septiani Wahyuning Pratiwi
A1011472RT4006

Dalam menghadapi persaingan dunia perbankan yang semakin ketat, berbagai inovasi produk diciptakan PT Bank Mandiri (persero), Tbk. Salah satu produk yang menjadi unggulan adalah Mandiri Tabungan Rencana. Dengan keunggulan fitur-fitur yang dimiliki diharapkan dapat menambah minat beli Nasabah penabung di Bank Mandiri KCP Bandung Jamsostek untuk produk tabungan berjangka. Namun pada tempat penelitian di Bank Mandiri KCP Bandung Jamsostek dijumpai kendala dalam penjualan produk ini, terutama pada periode tahun 2018. Hal ini terbukti dari jumlah total nasabah penabung pada akhir tahun 2018 yang berjumlah 11.295 namun nasabah yang mengikuti program Mandiri Tabungan Rencana hanya berjumlah 147 orang. Hal inilah yang melatarbelakangi Penulis untuk melakukan penelitian tentang pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian produk Mandiri Tabungan Rencana.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif-verifikatif, dan data yang digunakan adalah data primer maka pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara kepada nasabah penabung. Kemudian data diolah menggunakan program *software IBM SPSS Statistics 20*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur produk berada pada skala interval 3,96 (baik) dengan skor rata-rata terendah terdapat pada indikator kemudahan dalam penggunaan, sedangkan keputusan pembelian berada pada skala interval 4,08 (baik) dengan skor rata-rata terendah terdapat pada indikator kemantapan pada sebuah merek. Dua point tersebut menjadi kelemahan baik dari sisi fitur produk (X) maupun keputusan pembelian (Y) yang harus ditemukan solusinya. Adapun dari hasil perhitungan didapatkan adanya pengaruh signifikan antara fitur produk terhadap keputusan pembelian dimana $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($8,597 \geq 1,660$). Diperoleh juga korelasi atau hubungan antar variabel sebesar 0,672 yang berada pada kategori “kuat”, persamaan regresi $Y = 6,122 + 1.115 X$, serta hasil perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebesar 61, 9% sedangkan sisanya 38,1% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabah. Namun masih terdapat kelemahan-kelemahan pada masing-masing variabel yang harus diperbaiki untuk dapat meningkatkan penjualan produk Mandiri Tabungan Rencana. Salah satunya adalah dengan memperkecil penalty jika nasabah ingin mencairkan tabungannya sebelum jatuh tempo atau dengan memberikan reward kepada nasabah yang mengikuti program tersebut supaya nasabah lebih tertarik untuk memilih produk Mandiri Tabungan Rencana dibandingkan dengan produk bank lain yang sejenis.

Kata Kunci : Fitur Produk, Keputusan Pembelian