

ABSTRAK

Jumlah bank di Indonesia saat ini ada 120 bank dengan kategori bank besar dan menengah yang memiliki modal dan infrastruktur yang memadai sehingga cukup mudah untuk mencari dan meraih target pasar khususnya produk tabungan. Bagi bank kecil terjadi hal sebaliknya sehingga butuh strategi khusus untuk mampu bersaing dan dapat tetap bertahan di industri perbankan. Salah satu strategi yang bisa dilakukan bagi bank kecil adalah dengan pemilihan target pasar yang tidak banyak disentuh dan digarap oleh bank besar yaitu target pasar pelajar khususnya siswa SMA.

Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi siswa SMA menabung di bank untuk mendapatkan pemahaman secara lebih baik, dan memberikan alternatif pilihan bagi bank kecil yang memiliki kendala keterbatasan *resource*. Pada penelitian ini aspek yang dibahas adalah dari segi aspek fitur produk tabungan dan layanan bank.

Metode yang digunakan analisis data pada penelitian ini menggunakan desain eksploratori yaitu desain dengan pendekatan yang fleksibel dan bersifat berkembang untuk memahami suatu permasalahan yang belum jelas atau fenomena pemasaran yang sulit diukur. Penggunaan strategi fleksibel dan berkembang tersebut penting dilakukan karena fenomena pemasaran yang akan coba dipahami masih belum jelas, dalam arti batasan permasalahan masih mungkin berkembang.

Hasil dari penelitian menghasilkan 7 (tujuh) faktor dan urutan derajat penting dari masing-masing faktor yang dihasilkan berdasarkan hasil literatur, *interview expert*, penyebaran kuesioner kepada pelajar SMA dan SMK sebanyak 145 responden di wilayah Jabodetabek dengan menggunakan analisis faktor eksploratori. Urutan Faktor-faktor tersebut yaitu *assurance, responsiveness, technology, price, reliability, service, dan promotion*.

Kata Kunci : Siswa SMA, analisis faktor eksploratori, *assurance, responsiveness, technology, price, reliability, service, dan promotion*.