

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP NASABAH PENABUNG TERHADAP ATRIBUT PRODUK BANK Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Cabang Sleman, Yogyakarta

Deny Ardhian Aprianto.
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2006

Penelitian ini dilaksanakan di Bank BRI Cabang Sleman, Yogyakarta. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1). Karakteristik nasabah penabung di Bank BRI cabang Sleman; 2). Sikap nasabah penabung terhadap atribut produk Bank BRI cabang Sleman; 3). Atribut yang menjadi prioritas utama nasabah penabung Bank BRI cabang Sleman.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner dan observasi. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah penabung di Bank BRI cabang Sleman. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah penabung di Bank BRI cabang Sleman dan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah: 1). Untuk mengetahui karakteristik nasabah yang menabung di Bank BRI cabang Sleman digunakan *analisis persentase*; 2). Untuk mengetahui sikap nasabah penabung terhadap atribut produk Bank BRI cabang Sleman digunakan *analisis Multiattribute Attitude Model*; 3). Untuk mengetahui atribut produk apakah yang menjadi prioritas utama nasabah dalam keputusan menggunakan produk Bank BRI cabang Sleman digunakan *analisis prioritas kepentingan*.

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa: 1). Data menunjukkan sebagian besar nasabah penabung adalah berjenis kelamin laki-laki (59%), profesi/ pekerjaan sebagai Pegawai Negeri (53%), berusia 30-41 tahun (43%), mempunyai pendidikan terakhir SLTA (48%), dan berdasarkan pendapatan/uang saku berkisar antara Rp. 600.000-Rp.799.000 sebulan (39%). 2). Secara umum sikap nasabah penabung terhadap keseluruhan atribut produk Bank BRI cabang Sleman adalah baik; 3). Urutan prioritas kepentingan nasabah penabung dalam menggunakan produk Bank BRI cabang Sleman adalah sebagai berikut: urutan pertama adalah atribut pelayanan, kemudian disusul atribut reputasi, lokasi, banyaknya ATM, hadiah dan tingkat suku bunga.

ABSTRACT

ANALYSIS ON THE ATTITUDE OF SAVING CUSTOMERS TOWARD PRODUCT'S ATTRIBUTE OF A BANK A Case Study of Customer at Bank Rakyat Indonesia, Branch Office Sleman, Yogyakarta

Deny Ardhian Aprianto.
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2006

This research took place at Bank BRI branch office Sleman, Yogyakarta. The objectives were to find out: 1). The characteristics of the saving customers at Bank BRI, branch office of Sleman 2). The saving customers' attitude toward product's attributes of Bank BRI, branch office of Sleman .3). The order of attributes prioritized by saving customers of Bank BRI, branch office of Sleman.

Data collection techniques used are interview, questionnaire and observation. The research population is saving customers of Bank BRI, branch office of Sleman. Researcher picked up 100 saving customer as the research sample. Data analysis techniques used are: 1). *The percentage analysis* to identify the characteristics of saving customers; 2). *Analysis of Multi-Attribute Attitude Model* to identify the saving customers attitude toward the product's attributes of Bank BRI . 3). *Interest priority analysis* to rank the products' attributes.

Based on the data analysis, it is discovered that: 1). The main characteristics of saving customers were male (59%), work as a worker in public office (53%), 30-41 years old (43%), Senior High school (48%) and their income or pocket money is between Rp. 600.000-Rp. 799.000 per month (39%); 2). In general, saving customers' attitude toward the whole product's attributes of Bank BRI branch office of Sleman is positive. 3). The rank of product's attributes of Bank BRI according to saving customers in order is service, reputation, location, the amount of ATMs, prizes, and the interest rate.