

**ABSTRAK**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PRODUK TABUNGAN  
CREDIT UNION**

Studi Kasus CU Lantang Tipe TP Masdapala Ngabang di Kalimantan Barat

Ermina Ketty

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta  
2014

Penelitian ini bertujuan : 1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen (profesi, jenis kelamin dan tingkat pendidikan akhir) produk tabungan CU Lantang Tipe TP Masdapala Ngabang, 2) menganalisis perilaku konsumen produk tabungan di CU Lantang Tipe TP Masdapala Ngabang, 3) mengetahui perbedaan perilaku konsumen dilihat dari karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota/nasabah CU Lantang Tipe TP Masdapala Ngabang, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarluaskan angket penelitian kepada responden. Teknik analisis data dengan menggunakan Analisis persentase, Analisis Anova. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) sebagian besar anggota *Credit Union* Lantang Tipe TP Masdapala Ngabang adalah perempuan 65%, mayoritas memiliki pendidikan terakhir SLTA 37%, dan pekerjaan sebagai pegawai swasta 34%, 2) perilaku nasabah terhadap produk tabungan CU adalah perilaku aktif positif, 3) Ada perbedaan perilaku anggota terhadap produk tabungan dilihat dari karakteristik pendidikan akhir.

**ABSTRACT**

**AN ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR OF SAVING PRODUCTS  
IN CREDIT UNION**

Case Study at CU Lantang Tipo TP Masdapala Ngabang in West Kalimantan

Ermina Ketty

Faculty of Economics Management Study Program  
Sanata Dharma University Yogyakarta  
2014

The purposes of this study are to: 1) Identify the consumer characteristics (profession, gender, and education) of saving products of CU Lantang Tipo TP Masdapala Ngabang, 2) Analyze consumer behavior towards saving products of CU Lantang Tipo TP Masdapala Ngabang, 3) Determine the differences of consumers behavior towards saving products based on its characteristics. The research population of this study is all members of CU Lantang Tipo TP Masdapala Ngabang. The sample size is 100 customer of CU. The Sampling method applied is convenience sampling. The data was collected through distributing questionnaires to respondents. The data analysis technique used are percentage analysis and ANOVA analysis. The results show that: 1) Most of customers of the Credit Union Tipo Lantang TP Masdapala Ngabang, are women (65%), high school education background (37%), working for private employees (34%). 2) Customer behavior towards CU saving products is active positive behavior, 3) Customers behavior towards saving products is different based on the characteristics of the education level.