

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP NASABAH TERHADAP ATRIBUT PRODUK ATM BCA

BAMBANG AGUS SETIAWAN
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
1998

Penelitian ini dilaksanakan di Kotamadya Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil dan sikap nasabah terhadap ATM BCA serta faktor/atribut apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ATM BCA. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden yang telah menggunakan ATM BCA di Kotamadya Yogyakarta.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui identitas nasabah pengguna ATM BCA di Kotamadya Yogyakarta adalah dengan analisis persentasi. Atribut apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ATM BCA dan sikap nasabah terhadap ATM BCA menggunakan analisis *Multiatribut Attitude Model*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis persentase didapat bahwa sebagian besar pengguna ATM BCA adalah wanita (66 % dibanding pria 34 %). Usia pengguna ATM BCA antara 20 s/d 30 tahun 69 %. Tingkat pendidikan terakhir nasabah sebagian besar adalah SMA 98 %. Status para nasabah sebagian besar adalah dari kalangan mahasiswa sebesar 96 % dan lainnya adalah nasabah yang telah bekerja. Uang saku yang diterima oleh mahasiswa setiap bulannya antara Rp. 150.000,- s/d Rp. 300.000,- 52 % dan di bawah Rp. 150.000,- (33 %). Sedangkan nasabah mengetahui informasi tentang BCA dari keluarga, teman, saudara atau kenalan (55 %).

Atribut yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan ATM BCA adalah atribut produk. Dari analisis *Multiatribut Attitude Model* diketahui bahwa sikap nasabah ATM BCA secara keseluruhan terhadap atribut produk, distribusi dan harga adalah relatif puas. Sedangkan atribut distribusi merupakan atribut yang diyakini paling mendekati harapan nasabah.

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMERS ATTITUDE TOWARD THE ATTRIBUTES OF AN ATM BCA

**BAMBANG AGUS SETIAWAN
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
1998**

This research was intended to construct a profile of the consumers and their attitudes towards a Automated Teller Machine at the Bank Central Asia at Jalan Jendral Sudirman No. 49-51 Yogyakarta. Besides, this was also intended to search which factor/attribute was the most influential in deciding to use the product. In compiling the data, the researcher used questionnaires given to 100 respondents who had used a ATM BCA.

To analyse the data, two techniques were used: firstly, a percentage analysis was used to know the description or profile of the consumers. Secondly, a multiattribute attitude model was used to analyse the attitudes of consumers of ATM BCA toward the attribute of product, distribution and price.

The percentage analysis showed that 34 % are men and 66 % are women. 69% were of the age of 20 - 30. Most of them, about 98 % had senior high school as their last education and now are student institute of higher education. 52 % of them had a monthly income of about Rp 150.000 - 300.000.

The multiattribute model analysis showed that the consumers of ATM BCA on the whole were satisfied towards the product, distribution and price attributes. The distribution attribute of ATM BCA was the attribute which the consumers consider to be ideal, since based on the data analysis the smallest difference between ideal value and belief value was 0.81. The most influential attribute for the customers in deciding to use a ATM BCA was the product attribute.