

**ABSTRAK**  
**ANALISIS SIKAP NASABAH TERHADAP ATRIBUT PRODUK**  
**BANK ASIA PASIFIC CIREBON**  
Studi Kasus Pada Bank Asia Pasific Cirebon

Dewi Fitri  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan nasabah mempengaruhi sikap nasabah Bank Asia Pasific Cirebon terhadap atribut produk bank ( tabungan ), harga ( tingkat bunga ), lokasi, dan promosi. Produk bank dibatasi pada tabungan.

Penelitian dilakukan pada bulan April 1998 sampai dengan bulan Juni 1998, sedangkan teknik pengumpulan data penulis melakukannya dengan jalan wawancara dengan pihak bank dan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Asia Pasific Cirebon. Jenis penelitian ini adalah studi kasus yaitu penelitian pada suatu objek secara mendalam dan hasil penelitian hanya berlaku untuk objek tersebut. Variabel penelitiannya adalah: atribut produk, atribut bunga, atribut lokasi, atribut promosi, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan nasabah.

Untuk menjawab permasalahan yang ada, data-data hasil dari kuesioner diteliti dengan menggunakan metode Chi Square. Dan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap sikap nasabah pada atribut produk bank dihitung koefisien kontingensi.

Hasil dari penelitian menyatakan: 1) Sikap nasabah terhadap atribut produk, bunga, lokasi dan promosi dipengaruhi oleh jenis pekerjaan nasabah. 2) Sikap nasabah terhadap atribut produk, bunga, lokasi, dan promosi dipengaruhi oleh tingkat pendapatan nasabah. Sedangkan dari hasil penghitungan koefisien kontingensi diketahui pengaruh jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan nasabah pada atribut produk bank tidak kuat. Hal ini dikarenakan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi sikap nasabah terhadap atribut bank selain jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan nasabah.

**ABSTRACT**  
**AN ANALYSIS OF CUSTOMER'S ATTITUDES TOWARD**  
**A BANK'S PRODUCT ATTRIBUTES**  
Case Study at Asia Pasific Bank Cirebon

Dewi Fitri  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta

The aim of this research is to examine whether the attitudes of the customers of Asia Pasific Bank in Cirebon toward the attribute of product (= saving account ), price ( interest rate ), place ( location ), and promotion are influenced by costumer job and level of income. Product here is confined to a saving account.

This research is done during the period of April 1998 untill May 1998. Data collecting methods used were interviews with the bank's personell and a questionnaire distributed among a sample of 100 customers of the Asia Pasific Bank at Cirebon. Type of research is a case study. Research variables were the attribute of product, price, place, and promotion ("marketing mix" ), and the customer's job and income level.

To answer the problem, the writer used the Chi Square method in analysing the data. To measure the influence of customer's job and income level toward customer's attitude regarding product, interest rate, place and promotion, a contingency coefficient was used.

The result of research shows that: 1) The customer's attitude toward product, interest rate, place, and promotion are influenced by the customer's kind of job. 2) The customer's attitude toward product, interest rate, place, and promotion are influenced by the customer's level of income. According to the contingency coefficient, however, the influence of customer's job and level of income to the bank's product attributes is not strong. This is because there are many other factors that influence the customer's attitude toward a bank's product beside the customer's job and income level.