

ABSTRAK

Persaingan di dunia perbankan dewasa ini sangat ketat, apalagi di era globalisasi seperti sekarang ini. Semua perusahaan perbankan di Indonesia berusaha menawarkan berbagai fasilitas dan kemudahan bertransaksi yang semata-mata ditujukan hanya untuk memuaskan pelanggan. Fasilitas dan kemudahan yang diberikan itu tidak hanya disektor pengalangan dana saja tetapi lebih jauh lagi yaitu dalam hal pemberian kredit, banyak faktor yang menyebabkan masyarakat ingin mengambil kredit di sebuah bank tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat/ konsumen untuk mengambil kredit di Bank Jabar atau di Bank lain. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu : Sikap masyarakat untuk mengambil kredit di Bank Jabar dan Sikap masyarakat untuk mengambil kredit di Bank lain. Objek penelitian ini adalah PT.Bank Jabar Cabang Serang. Populasi yang digunakan adalah debitur dan non debitur PT.Bank Jabar Cabang Serang dengan mengambil sampel penelitian sebanyak 100 orang responden. Analisis data yang digunakan adalah analisa deskriptif serta pengujian hipotesa dengan menggunakan analisa faktor, diagram ular, skor persepsi, dan skor kepercayaan atas kepentingan.

Dari hasil analisa menunjukan bahwa sikap masyarakat untuk mengambil kredit di Bank Jabar sangat besar dibandingkan dengan sikap masyarakat untuk mengambil kredit di bank pesaing yang mengeluarkan jenis kredit serupa. Berdasarkan hasil kuisioner yang sudah disebar kepada 100 (seratus) orang responden bahwa sikap masyarakat untuk mengambil kredit ini dilihat dari dua sisi yaitu sisi produk kredit KGB (Kredit Guna Bhakti) itu sendiri yang terdiri dari plafond kredit, tingkat suku bunga, jangka waktu kredit, jaminan , provisi kredit , premi asuransi kredit dan lain-lain serta dari sisi pelayanan kredit yang terdiri dari kemudahan, kecepatan, keramahan, kenyamanan, keamanan, jadwal pencairan, dan hadiah.

Keunggulan dari faktor-faktor produk dan pelayanan itulah yang membuat masyarakat memutuskan untuk mengambil kredit di Bank Jabar diluar faktor gaji yang memang dibayarkan melalui Bank Jabar.

Dari penelitian ini dapat diketahui sejauh mana produk dan pelayanan Bank Jabar dikenal masyarakat, dan berbagai perbaikan baik dari sisi produk maupun dari sisi kualitas pelayanan yang harus lebih ditingkatkan lagi. Bagi pihak manajemen Bank Jabar sendiri dapat melakukan upaya-upaya agar dapat meningkatkan kualitas produk kredit dan pelayanan kredit dengan cara pelatihan secara kontinyu sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya.

ABSTRACT

Emulation in banking world these days very tight, more than anything else in globalization era like this time, all company of banking in Indonesia try offer various amenity and facility transact, which exclusively in addressing just for gratifying customer or clien. The giving amenity and facility notonly in sector consriction of just fund but rather far again that is in the case ot giving of credit, many factor causing society wish to take credit in a certain bank.

This researdh iam to analyse factor influencing decision of consumer or society to take credit in Bank Jabar or other bank. This research consist of two variable that is sociaety attitude to take credit in other bank. This research object is PT.Bank Jabar Serang. Population which is using debtor and non debtor of PT.Bank Jabar Serang by taking research sample counted 100 responder people. Data analysis is used analysis of descriptif and also examination of hypothesizing by using factor analysis, snake diagram, score of persepction, and trust score in favour of.

From result of analysis indicate that society attitude to take credit in Bank Jabar very big compared to society attitude to take credit in competitor bank, which releasing similar credit type. Pursuant to result of quesioner which have disseminating to 100 responder people that society enthusiasm to take credit in seen from two sides, is KGB product itself which consist of credit plafond, rate of interest, credit duration, credit guarantie, credit provisi, credit insurance premiu, etc, and also from side service of credit which consist of amenity, speed, sociability, freshment, security, liquefaction schedule, and present.

Excellent of product factor and service that's making society set mind on to take credit in Bank Jabar outside salary factor which it is true paid to throught Bank Jabar.

From this research can know how far product and service of Bank Jabar recognized by society, and various repair either from product side and also from quality of service which must more in improving again. To Bank Jabar management alone can then strive effort so that can improve the quality of credit product and service of credit by training by continue so that improve satisfaction of its clien.