

ABSTRAK

NURHADI. K.2013.5.32504. “ANALISIS FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN NASABAH DALAM KEPUTUSAN MENGAMBIL KREDIT KONSUMTIF PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) DI KABUPATEN MALANG” (Studi pada Debitur Bank Perkreditan Rakyat yang ada di Kabupaten Malang). Skripsi. Malang : Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen Perbankan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) MalangkuÇeÇwara Malang, 2017.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam keputusan mengambil kredit konsumtif pada Bank perkreditan Rakyat di Kabupaten Malang.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi adalah warga dusun Sumberawan Putuk RT 05 dan RT 08 RW 03 Desa Toyomarto yang mengambil Kredit konsumtif pada Bank perkreditan Rakyat di Kabupaten Malang dengan jumlah populasi 130 Kepala Keluarga. Pengambilan Sampel menggunakan teknik *Non random sampling* yakni *quota sampling* dan *accidental sampling*, sedangkan untuk menentukan jumlah *sampling* menggunakan rumus *Slovin* sehingga diperoleh jumlah sebesar 98 nasabah. Sumber dan jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survey lapangan, interview dan pengambilan kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis faktor.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: Ada tiga faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam keputusan mengambil kredit konsumtif pada Bank perkreditan Rakyat di Kabupaten Malang, yaitu: (a) faktor Pelayanan (nilai *eigenvalue* 2,349 dan total varians 26,104%) yang terdiri dari variabel : empati (*factor loading* = 0,774), bukti fisik (*factor loading* = 0,650) dan keandalan (*factor loading* = 0,614). (b) faktor status ekonomi (nilai *eigenvalue* 1,272 dan total varians 14,130%) yang terdiri dari variabel : jaminan (*factor loading* = 0,796), pekerjaan dan keadaan ekonomi (*factor loading* = 0,609), daya tanggap (*factor loading* = 0,609). (c) faktor pribadi (nilai *eigenvalue* 1,158 dan total varians 12, 867%) yang terdiri dari variabel : kepribadian dan konsep pribadi (*factor loading* = 0,731), pembelajaran (*factor loading* = 0,569) dan akses (*factor loading* = 0,530). Sedangkan faktor yang mempunyai nilai *eigenvalue* dan mampu menjelaskan lebih tinggi adalah faktor Pelayanan dengan nilai *eigenvalue* 2,349 dan total varians 26,104% sedangkan variabel yang memiliki *Factor Loading* tertinggi adalah variabel Empati dengan nilai *factor loading* = 0,774.

ABSTRACT

NURHADI. K.2013.5.32504. "ANALYSIS OF FACTORS CONSIDERED TO CUSTOMERS IN DECISION OF TAKING CONSUMPTIVE CREDIT IN RURAL BANK (BPR) IN MALANG DISTRICT" (Study on Debtor Bank Rural Credit in Malang Regency). Skripsi. Malang: Department of Management Studies Program Management Banking High School of Economics (STIE) MalangkuÇeÇwara Malang, 2017.

The purpose of this study is to determine the factors considered by the customer in the decision to take consumer credit at the Bank Perkreditan Rakyat in Malang regency.

This research uses quantitative descriptive method. The population is the resident of Sumberawan Putuk RT 05 and RT 08 RW 03 Desa Toyomarto who take Consumptive Credit at the People's Credit Bank in Malang Regency with the population of 130 Head of Family. Sampling using Non random sampling technique that is quota sampling and accidental sampling, while to determine the amount of sampling using Slovin formula so that obtained amount equal to 98 customer. Sources and types of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques used were field survey, interview and questionnaires with Likert scale. Data analysis technique used is factor analysis technique.

Based on the result of the research, it can be concluded: There are three factors considered by customers in the decision to take consumer credit at the People's Credit Bank in Malang Regency: (a) Service factor (eigenvalue 2,349 and total variance 26,104%) consisting of variable: empathy Loading = 0.774), physical evidence (factor loading = 0.650) and reliability (factor loading = 0.614). (B) factor of economic status (eigenvalue value 1,272 and total variance 14,130%) consisting of variable: assurance (factor loading = 0,796), occupation and economic condition (factor loading = 0,609), responsiveness (factor loading = 0,609). (C) personal factor (eigenvalue value of 1.158 and total variance 12, 867%) consisting of variable: personality and personal concept (factor loading = 0.731), learning (factor loading = 0,569) and access (factor loading = 0,530). While factors that have eigenvalue value and able to explain higher is the service factor with eigenvalue value 2,349 and total variance 26,104% while the variable that has the highest Factor Loading is Empath variable with factor loading value = 0,774.