

**FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
NASABAH DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH PADA PT. BPR ULATIDANA
RAHAYU GIANYAR**

Oleh :

I Wayan Sukanadi

ABSTRAKSI

PT. BPR Ulatidana Rahayu Gianyar merupakan salah satu bank yang berada di kabupaten Gianyar tepatnya jalan Prof.Dr. Ida Bagus Mantra no.77X Sukawati-Gianyar. Berbagai kegiatan pemasaran dilakukan guna meningkatkan jumlah nasabah dan dana simpanan masyarakat. Peningkatan jumlah simpanan dana masyarakat dan nasabah dari tahun ketahun ditengah persaingan lembaga perbankan yang ada menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian di bank ini.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: faktor-faktor apakah yang dipertimbangkan nasabah dalam mengambil keputusan menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu Gianyar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor dipertimbangkan nasabah dalam mengambil keputusan menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu Gianyar.

Jenis data yang yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Sampel ditentukan dengan cara *proporsit sampling* dengan jumlah responden 125 orang. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis faktor.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam mengambil keputusan menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu Gianyar adalah faktor pribadi dengan persentase varian sebesar 42,869 %, faktor pelayanan sebesar 12,234%, faktor promosi sebesar 6,486%, faktor produk sebesar 5,614%, faktor sosial budaya sebesar 4,487%, dan faktor proses sebesar 4,138%.

Kata Kunci: Faktor- faktor pertimbangan nasabah

I.PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan di Bali yang merupakan salah satu indikator pertumbuhan ekonomi di Bali, ini dapat dilihat dari meningkatnya dana masyarakat yang disimpan dan pinjaman yang diberikan oleh bank dalam bentuk pinjaman modal kerja, investasi dan konsumsi kredit yang diberikan untuk usaha mikro, kecil dan menengah.

Gianyar sebagai daerah yang sedang berkembang memerlukan dukungan dana untuk membangun segala fasilitas yang menunjang kegiatan seluruh masyarakat. Situasi ini mendorong pengusaha perbankan baik itu bank pemerintah maupun bank swasta untuk memperluas jaringannya di Kabupaten Gianyar.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebagai salah satu lembaga perbankan yang juga ada di Gianyar juga mengalami persaingan yang sangat ketat. Dengan persaingan yang sedemikian ketat antara bank, membuat para pimpinan harus berusaha keras merancang strategi pemasaran yang dapat menarik minat konsumen untuk menjadi nasabahnya. Disamping itu juga, BPR tidak hanya bersaing dengan bank-bank nasional (bank pemerintah dan bank swasta) tetapi juga bersaing dengan koperasi dan Lembaga Perkreditan Desa (LPD).

Demikian pula dengan BPR Ulatidana Rahayu sebagai salah satu bank perkreditan rakyat di Gianyar yang ingin terus berkembang dan dapat memenangkan persaingan. Selanjutnya gambaran tentang perkembangan jumlah nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu Gianyar dapat dilihat dari tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1 Perkembangan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu Gianyar tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah Nasabah(orang)			Total (orang)	Pertumbuhan (%)
	Penabung	Deposan	Debitur		
2009	1530	85	423	2038	-
2010	1689	149	534	2372	16,3
2011	1801	153	619	2573	8,4
2012	1898	161	702	2761	7,3
2013	1925	175	745	2845	3,1

Sumber : Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu tahun 2014

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 mengalami peningkatan. Peningkatan yang cukup tinggi terjadi pada tahun 2010 yaitu sebesar 16,3% di bandingkan dengan tahun yang lainnya.

Perkembangan jumlah nasabah tersebut diatas ternyata diikuti dengan kenaikan yang proposional dari jumlah tabungan, deposito dan kredit. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2 Perkembangan Nilai Tabungan, Deposito dan Kredit Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu Gianyar tahun 2009-2013.

Tahun	Tabungan (Rp)	Deposito (Rp)	Kredit (Rp)	Total (Rp)	Kenaikan/ Penurunan (%)
2009	953.866.067	2.611.050.000	3.224.089.100	6.789.005.167	
2010	1.591.686.853	3.492.230.000	5.533.671.414	10.617.588.267	56,39
2011	2.287.346.870	4.522.550.000	9.562.324.079	16.372.220.949	54,19
2012	2.381.637.459	6.976.975.800	12.443.782.210	21.802.395.469	33,16
2013	3.464.625.375	9.704.725.800	19.827.596.250	32.996.947.425	51,34

Sumber : Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu Gianyar tahun 2014

Pada tabel 1.2 diatas menunjukkan terjadi peningkatan nilai tabungan, deposito dan kredit dari tahun 2009 sampai dengan 2013. Peningkatan paling tinggi dari jumlah tabungan, deposito dan kredit terjadi pada tahun 2010 yaitu sebesar 56,39%. Peningkatan ini dikarenakan BPR Ulatidana Rahayu mampu bersaing dengan lembaga keuangan lain dan mampu mengambil hati konsumen untuk menyimpan dana mereka dan meminjam kredit di bank tersebut.

Adanya peningkatan jumlah nasabah dan perkembangan nilai tabungan, deposito serta kredit yang terus meningkat dari tahun ke tahun membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu Gianyar.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apakah yang dipertimbangkan nasabah dalam mengambil keputusan menjadi nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu Gianyar ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh dari bangku kuliah, serta sebagai referensi bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, masukan, informasi yang berguna bagi perusahaan dalam mengambil kebijaksanaan terutama mengenai faktor-faktor perilaku nasabah dalam keputusan menjadi nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu Gianyar.

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perusahaan harus memahami apa yang menjadi dasar konsumen didalam mengkonsumsi barang atau jasa , sehingga program pemasaran bisa berhasil dengan baik. Dasar yang dimaksud adalah faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen didalam mengadakan pembelian. Menurut Kotler (2001:144) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi faktor kebudayaan, sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

2.2 Keputusan Pembelian

Pengertian mengenai keputusan pembelian dikemukakan oleh Kanuk dan Schiffman (*dalam <http://materikuliah.edublog.org>*) sebagai berikut: keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternative atau lebih. Dengan kata lain pilihan alternative harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Apabila seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian, orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan.

Didalam pengambilan keputusan pembelian, ada tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh seorang konsumen untuk memutuskan membeli sebuah barang. Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler (200:204), proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yaitu ada lima tahap yaitu: pengenalan masalah atau kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

2.3 Pengertian Perbankan

Menurut UU No.10 tahun 1998 mengenai pengertian perbankan adalah: Bank adalah usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dalam undang-undang dijelaskan secara rinci mengenai bank umum dan bank perkreditan rakyat. Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPR menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. BPR tidak terlibat dalam kliring dan kegiatan usaha valuta asing.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian dan Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu Gianyar yang terletak di jalan Bypass Ida Bagus Mantra no: 77x Gianyar. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Nasabah BPR Ulatidana Rahayu mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam keputusan menjadi nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ulatidana Rahayu Gianyar

3.2 Identifikasi Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu yang akan dijadikan objek pengamatan dalam penelitian yang berupa suatu gejala yang bervariasi. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel tunggal. Variabel tunggal yaitu gambaran tentang sesuatu yang digunakan sebagai ciri, sikap, ukuran yang dimiliki oleh satuan penelitian tentang sesuatu konsep penelitian tertentu, misalnya umur, pekerjaan, pengetahuan, pendapatan, proses dan sebagainya. Variabel tunggal dalam penelitian ini adalah variabel yang dipertimbangkan untuk menjadi nasabah bank. Variabel tersebut antara lain :kemampuan ekonomi, pekerjaan, usia, rasa aman, keyakinan, motivasi, jenis kredit, tabungan, bunga kredit, biaya provisi dan administrasi, iklan, penjualan pribadi, publicity, lokasi kantor, ruangan kantor, tempat parkir, kebiasaan, kebanggaan, rekan/teman, keluarga, kemampuan membina hubungan, pegawai yang cepat tanggap terhadap keluhan nasabah, pelayanan, proses kredit, prosedur kredit

3.3. Jenis Data

Jenis data untuk penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif.

3.4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

3.6 Metode Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini, sampel ditentukan dengan menggunakan metode *proporsit sampling*. Maksudnya penentuan sampel dalam hal ini adalah berdasarkan perbandingan jumlah nasabah simpanan dan kredit, yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan nasabah yang telah menjadi nasabah dari 6 bulan sampai dengan 6 tahun terakhir. Menurut Sugiyono (2013: 68) mengatakan bahwa untuk mendapatkan hasil yang baik dari suatu analisis faktor, maka banyaknya responden yang digunakan untuk menjawab pertanyaan dari kuisioner adalah sebanyak 5 atau 10 kali jumlah pertanyaan yang termuat dalam kuisioner.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis faktor. Analisis faktor dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program *IBM SPSS satatistik 21*.

IV. PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan terhadap 125 orang responden maka dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, lamanya menjadi nasabah. Gambaran deskripsi tersebut tersaji pada tabel 5.1 sampai dengan 5.5 di bawah ini.

a. Karakteristik Responden Menurut Umur

Umur sangat dipertimbangkan dalam menentukan pengambilan keputusan menjadi nasabah bank. Kedewasaan seseorang mempengaruhi pola pikir untuk memilih bank yang dianggap cocok dihati nasabah. Berikut ini tampilan distribusi responden penelitian menurut kategori umur.

Tabel 5.1 Distribusi Responden Menurut Umur pada BPR Ulatidana Rahayu tahun 2014

No	Umur (tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	17-24	5	4
2	25-34	26	20,8
3	35-44	34	27,2
4	45-54	35	28
5	≥ 55	25	20
Jumlah		125	100

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 5.1 di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah responden yang berumur antara 45-54 tahun yaitu sebanyak 28 persen. Hal ini dapat dipahami karena pada umur tersebut orang kebanyakan sudah mempunyai suatu pola pikir yang kritis terhadap pelayanan lembaga perbankan yang ada. Sedangkan kelompok umur yang paling sedikit adalah kelompok umur 17-24 tahun yaitu sebanyak 4 persen. Ini mengidentifikasi bahwa pada umur tersebut kebanyakan yang masih menuntut ilmu di sekolah atau diperguruan tinggi sehingga bila mereka mempunyai pendapatan sebageian besar dipergunakan untuk keperluan pendidikan.

b. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin sangat menentukan dalam pengambilan keputusan. Berikut gambaran tentang distribusi responden menurut jenis kelamin pada tabel 5.2.

Tabel 5.2. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin pada BPR Ulatidana Rahayu tahun 2014

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	70	56
2	Perempuan	55	44
Jumlah		125	100

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 5.2 di atas menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih mendominasi dalam mengambil keputusan menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu yaitu sebanyak 56 persen. Sedangkan responden perempuan yang jumlah persentasenya lebih kecil yaitu hanya 44 persen. Hal ini bisa dipahami

dalam pengambilan keputusan sekarang ini masih didominasi oleh kaum laki-laki.

c. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan hal penting dalam kehidupan seseorang. Latar belakang pendidikan adalah merupakan bagian dari gaya hidup. Untuk lebih jelasnya, distribusi responden menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut :

Tabel 5.3. Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendidikan pada BPR Ulatidana Rahayu tahu 2014

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	10	8
2	SMP	32	25,6
3	SMA	54	43,2
4	Perguruan Tinggi	25	20
5	Lainnya	4	3,2
Jumlah		125	100

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 5.3 di atas menunjukkan bahwa responden dengan latar belakang pendidikan SMA merupakan responden dengan persentase tertinggi yaitu 43,2 persen di banding responden yang lainnya. Sedangkan responden terendah yaitu responden dengan latar belakang pendidikan lainnya sebesar 3,2 persen. Pendidikan lainnya dimaksud dalam hal ini adalah responden yang menyelesaikan pendidikan sekolah khusus misalnya sekolah tari dan yang lainnya.

d. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Latar belakang pekerjaan menyebabkan orang memilih bank menggunakan pertimbangan tertentu yang dapat meningkatkan kontribusi bagi pekerjaan mereka. Untuk lebih jelasnya distribusi responden berdasarkan pekerjaan yang ditekuni dapat dilihat pada tabel 5.4 berikut :

Tabel 5.4 Distribusi Responden menurut Jenis Pekerjaan pada BPR Ulatidana Rahayu tahun 2014

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	7	5,6
2	Pegawai swasta	35	28
3	PNS	15	12
4	Wiraswasta	48	38,4
5	Lainnya	20	16
Jumlah		125	100

Sumber : Data Primer(diolah)

Berdasarkan tabel 5.4 di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh wiraswasta yaitu sebanyak 38,4 persen. Ini menunjukkan bahwa seorang wiraswasta membutuhkan pelayanan yang cepat dari BPR Ulatidana Rahayu. Sedangkan responden dengan presentase terendah adalah pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 5,6 persen.

Hal ini dapat dipahami karena pelajar/mahasiswa masih sedikit memiliki penghasilan sendiri yang bisa disimpan di bank dan kebanyakan masih menjadi tanggungan orang tua.

e. Karakteristik Responden Menurut Lamanya Menjadi Nasabah

Pelayanan terhadap nasabah bank sangat menentukan keputusan nasabah, apakah terus bertahan di bank tersebut atau pindah ke bank lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel 5.5 berikut :

Tabel. 5.5. Distribusi Responden Menurut Lamanya menjadi Nasabah BPR Ulatidana Rahayu tahun 2014

No	Lamanya menjadi Nasabah	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 1 tahun	9	7,2
2	1-2 tahun	25	20
3	3-4 tahun	37	29,6
4	>5 tahun	54	43,2
	Jumlah	125	100

Sumber: Data primer(diolah)

Tabel 5.5 menunjukkan bahwa responden yang menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu >5 tahun menempati persentase yang tertinggi yaitu 43,2 persen. Hal ini disebabkan pelayanan Bank Ulatidana Rahayu kepada nasabah sangat baik dan ramah. Pelayanan administrasi tidak terlalu berbelit-belit, cepat tanggap terhadap keluhan nasabah sehingga nasabah merasa nyaman.

4.2 Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah pada BPR Ulatidana Rahayu Gianyar

Untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, maka digunakan analisis faktor, yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu. Hasil analisis faktor menggunakan computer melalui program *IBM SPSS statistik 21* adalah sebagai berikut:

a. Tabulasi dan pengolahan data

Hasil kuisisioner dimasukan kedalam computer dalam bentuk tabel data, tujuannya untuk mempermudah dalam pengolahan data menggunakan program *IBM SPSS Statistik 21*. Hasil dari data tabulasi data kuisisioner yang dilakukan dilapangan, tersaji pada lampiran 2.

b. Matrik Korelasi

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian pemakaian analisis faktor dengan menggunakan metode *Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) and Bartlett Test Of Spherycity*. Pengujian ini dilakukan untuk melihat adanya korelasi yang signifikan antarvariabel, nilai *KMO and Bartlett Test Of Spherycity* untuk korelasi antarvariabel yang diinginkan adalah >0,5 dengan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Kemudian selanjutnya, mengukur kecukupan sampel menggunakan pengujian *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* dengan memperhatikan tabel *Anti-Image Matrices* pada baris *Anti-Image Correlation*. Besarnya *Anti-Image*

Correlation yang diharapkan adalah $>0,5$. Hasil pengujian dirangkum dan disajikan pada tabel 5.6

Tabel 5.6 Hasil uji *KMO and Bartlett's Test Of Spherycity*

Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,853
Bartlett's Test of Sphericity Approx.chi-Square	3330,829
df	300
sig	0,000

Sumber: Lampiran 3

Hasil uji *KMO and Bartlett's Test Of Spherycity* yang disajikan pada tabel 5.6 di atas menunjukkan nilai KMO adalah sebesar 0,853, *Bartlett test of Spherycity* 3330,829 pada signifikan 0,000. Karena angka KMO sudah di atas 0,5 dan signifikansi jauh di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka variabel bisa dianalisis lebih lanjut. Namun demikian, tetap dilakukan analisis per variabel dengan metode anti- image.

Berdasarkan tabel 5.7 di bawah ini, hasil pengujian *Measure Of Sampling Adequacy* dapat diketahui bahwa dari 25 variabel yang diuji nilai MSA dari masing-masing variabel di atas 0,5 sehingga ke 25 variabel layak untuk dianalisis ke tahap berikutnya.

Tabel 5.7 Hasil uji *Measure Of Sampling Adequacy*

Variabel	MSA	Keterangan
X1	0,826	Layak
X2	0,876	Layak
X3	0,908	Layak
X4	0,838	Layak
X5	0,949	Layak
X6	0,863	Layak
X7	0,888	Layak
X8	0,829	Layak
X9	0,885	Layak
X10	0,808	Layak
X11	0,906	Layak
X12	0,764	Layak
X13	0,746	Layak
X14	0,850	Layak
X15	0,926	Layak
X16	0,835	Layak
X17	0,758	Layak
X18	0,821	Layak
X19	0,857	Layak
X20	0,896	Layak
X21	0,922	Layak
X22	0,856	Layak
X23	0,847	Layak
X24	0,740	Layak
X25	0,789	Layak

Sumber : Lampiran 3

c. Ekstraksi Faktor

Tahap berikutnya yang dilakukan untuk mencari jumlah faktor yang terbentuk adalah dengan melakukan proses inti dalam analisis faktor yaitu ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang nilai MSA >0,5, dimana hasil pengujian tahap pertama nilai MSA semua variabel >0,5. Ekstraksi faktor dilakukan dengan metode *Principal Component Analysis*. Faktor yang dipilih untuk analisis lebih lanjut adalah faktor yang memiliki nilai *eigen* ≥ 1 . Hasil dari ekstraksi terhadap sekumpulan variabel penelitian ini tersaji pada tabel 5.8 dan tabel 5.9 di bawah ini.

Tabel 5.8 Hasil analisis communalities

Variabel	Initial	Extraction
X1	1	0,831
X2	1	0,970
X3	1	0,946
X4	1	0,821
X5	1	0,959
X6	1	0,965
X7	1	0,786
X8	1	0,707
X9	1	0,727
X10	1	0,677
X11	1	0,640
X12	1	0,773
X13	1	0,708
X14	1	0,630
X15	1	0,694
X16	1	0,731
X17	1	0,695
X18	1	0,585
X19	1	0,675
X20	1	0,667
X21	1	0,761
X22	1	0,695
X23	1	0,767
X24	1	0,762
X25	1	0,780

Sumber: lampiran 4

Communalities pada dasarnya adalah jumlah varians (bisa dalam persentase) dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Untuk variabel x1, angka adalah 0,831. Hal ini berarti sekitar 83,1% variasi besaran variabel x1 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk, jika dilihat pada lampiran tabel Component Matrix, ada 6 Component, yang berarti ada 6 faktor terbentuk.

Untuk variabel x2, angka 0,970. Hal ini berarti sekitar 97 % varians dari variabel x2 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Demikian seterusnya untuk variabel lainnya, dengan ketentuan semakin besar communalities sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Tabel 5.9 Hasil ekstraksi faktor dengan metode *Principal Component Analysis*

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10,717	42,869	42,869
2	3,058	12,234	55,102
3	1,621	6,486	61,588
4	1,404	5,614	67,202
5	1,122	4,487	71,688
6	1,035	4,138	75,827

Sumber : Lampiran 4

Tabel 5.9 di atas menunjukkan bahwa ekstraksi terhadap 25 variabel yang memiliki nilai MSA >0,5 menghasilkan 6 faktor yang memiliki nilai *eigen* lebih besar dari 1. Nilai varian tertinggi diterangkan faktor 1 yaitu sebesar 42,869 persen sedangkan nilai varian terendah yaitu diterangkan oleh faktor 6 sebesar 4,138 persen. Total cumulative variannya sebesar 75,827 persen

d. Rotasi Faktor

Pada proses ekstraksi ke 25 variabel di atas terbentuk 6 faktor. Hal ini menunjukkan ada pengelompokan sejumlah variabel ke faktor tertentu, karena adanya kemiripan atau kesamaan ciri variabel-variabel tertentu. Setelah diketahui bahwa 6 faktor yang terbentuk, langkah penting selanjutnya adalah menentukan variabel apa akan masuk ke faktor mana. Inilah fungsi tabel Component Matrix seperti tabel 5.10 di bawah ini.

Tabel 5.10 Hasil Uji *Component Matrix*

	Component					
	1	2	3	4	5	6
X2	.739	-.630	-.005	.116	-.097	-.069
X3	.734	-.614	.019	.127	-.081	-.078
X6	.734	-.627	.008	.131	-.106	-.061
X9	.732	.041	.069	-.383	.177	.083
X1	.724	-.467	.198	-.153	.142	.071
X4	.724	-.454	.191	-.175	.145	.056
X5	.716	-.646	.020	.123	-.109	-.053
X7	.713	.081	-.050	-.370	.095	.349
X20	.704	.220	-.201	.046	.265	-.105
X21	.700	.170	-.086	-.159	-.263	.375
X16	.689	.256	-.395	-.066	-.166	.058
X22	.661	.067	-.398	.241	-.167	-.095
X8	.657	.160	-.007	-.419	.144	.231
X15	.654	.208	-.289	-.022	-.360	-.101
X23	.653	.316	-.290	.033	-.394	.001
X18	.647	.194	-.156	-.066	.289	-.127
X19	.629	.138	-.298	-.079	.260	-.318
X10	.629	.283	.208	-.174	.078	-.349
X14	.599	.368	.296	.092	-.142	.142
X17	.594	.282	-.091	.236	.326	-.304
X11	.583	.350	.314	.167	-.199	-.105
X25	.554	.163	.092	.517	.280	.305
X13	.490	.284	.582	.083	-.197	-.058
X12	.547	.332	.557	-.041	-.090	-.211
X24	.445	.185	.007	.573	.228	.386

Sumber: lampiran 4

Hasil uji *Component Matrix* menunjukkan 6 faktor yang terbentuk, sedangkan angka-angka yang ada pada tabel tersebut adalah angka *faktor loadings* yang menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4, faktor 5, faktor 6. Proses penentuan variabel mana akan masuk ke faktor yang mana dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada setiap baris. Masih adanya variabel yang belum jelas akan dimasukkan ke faktor mana, karena beberapa variabel memiliki nilai bobot faktor $> 0,5$ lebih dari satu pada kolom komponen yang terbentuk, maka perlu dilakukan proses rotasi terhadap semua variabel, agar semakin jelas perbedaan sebuah variabel, akan dimasukkan pada faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4, faktor 5, atau faktor 6.

Rotasi faktor dilakukan dengan mentransformasikan matrik faktor ke dalam matrik yang lebih sederhana agar lebih mudah diinterpretasikan. Selain itu dengan dirotasikannya matrik faktor akan diketahui variabel-variabel yang memiliki ciri-ciri yang sama akan masuk ke salah satu faktor. Interpretasi hasil dilakukan dengan melihat *loading faktor* (bobot faktor). Metode yang dilakukan untuk rotasi faktor adalah metode *Varimax*. Hasil rotasi faktor yang dilakukan terhadap matrik faktor disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel.5.11 Hasil rotasi matrik faktor dengan metode Varimax

Komponen	Variabel	Bobot Faktor
1	X5	0,945
	X2	0,942
	X6	0,941
	X3	0,931
	X1	0,764
	X4	0,751
2	X23	0,783
	X15	0,723
	X16	0,688
	X22	0,647
	X21	0,560
3	X12	0,828
	X13	0,809
	X11	0,680
	X14	0,607
	X10	0,553
4	X7	0,764
	X8	0,731
	X9	0,654
5	X19	0,715
	X17	0,707
	X20	0,614
	X18	0,600
6	X24	0,831
	X25	0,788

Sumber : Lampiran 4

Tabel 5.11 di atas menunjukkan besarnya bobot masing-masing variabel pada tiap-tiap komponen. Bobot faktor menunjukkan besarnya korelasi variabel terhadap komponen yang terbentuk. Bobot terbesar ditunjukkan oleh variabel X5 pada komponen 1 yaitu sebesar 0,945. Hal ini menunjukkan adanya tingkat korelasi yang tinggi antara variabel dengan komponen yang terbentuk. Sedangkan bobot yang terkecil ditunjukkan oleh variabel X10 yaitu sebesar 0,553, ini berarti adanya korelasi yang agak sedang antara variabel yang bersangkutan dengan komponen yang terbentuk.

e. Memberi Nama Faktor

Langkah selanjutnya adalah memberikan nama faktor yang telah terbentuk. Pemberian nama faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5.12 Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah BPR Ulatidana Rahayu Gianyar tahun 2014

No	Nama Faktor	Variabel	Bobot Faktor	% Variance
1	Pribadi	X5. Keyakinan	0,945	42,869
		X2. Pekerjaan	0,942	
		X6. Motivasi	0,941	
		X3. Usia	0,931	
		X1. Kemampuan ekonomi	0,764	
		X4. Rasa aman	0,751	
2	Pelayanan	X23. Pelayanan	0,783	12,234
		X15. Ruang Kantor	0,723	
		X16. Tempat parkir	0,688	
		X22. Pegawai cepat tanggap	0,647	
		X21. Kemampuan membina hubungan	0,560	
3	Promosi	X12. Personal selling	0,828	6,486
		X13. Publicity	0,809	
		X11. Iklan	0,680	
		X14. Lokasi kantor	0,607	
4	Produk	X10. Biaya provisi dan administrasi	0,553	5,614
		X7. Jenis kredit	0,764	
		X8. Tabungan	0,731	
5	Sosial Budaya	X9. Bunga kredit	0,654	4,487
		X19. Rekan/teman	0,715	
		X17. Kebiasaan	0,707	
		X20. Keluarga	0,614	
6	Proses	X18. Kebanggaan	0,600	4,138
		X24. Proses kredit	0,831	
		X25. Prosedur kredit	0,788	

Sumber: Lampiran 4

Tabel. 5.12 di atas menunjukkan bahwa terdapat enam faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam mengambil keputusan menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu. Pemberian nama pada faktor-faktor yang terbentuk berdasarkan pada ciri-ciri yang dimiliki oleh variabel-variabel yang termasuk didalamnya. Faktor-faktor tersebut antara lain : Faktor Pribadi, Faktor Pelayanan, Faktor Promosi, Faktor Produk, Faktor Sosial Budaya dan Faktor Proses.

Faktor Pribadi merupakan faktor yang memiliki nilai variasi tertinggi yaitu sebesar 42,869 persen. Hal ini sesuai dengan teori tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menurut Kotler yang salah satunya faktor pribadi. Disamping itu juga faktor pribadi merupakan faktor internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Sedangkan Faktor proses merupakan faktor yang terendah yang menjadi pertimbangan nasabah dalam mengambil keputusan menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu yaitu sebesar 4,138 persen.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah BPR Ulatidana Rahayu adalah faktor pribadi, faktor pelayanan, faktor promosi, faktor produk, faktor sosial budaya, dan faktor proses.

5.2 SARAN-SARAN

Pihak manajemen hendaknya meningkatkan perhatian terhadap keenam faktor yang menjadi pertimbangan nasabah untuk menjadi nasabah diantaranya faktor pribadi, faktor pelayanan, faktor promosi, faktor produk, faktor sosial budaya, dan faktor proses.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, Alma. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 7. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Buletin Ekonomi dan Perbankan:2013, Diakses tanggal 13 Januari 2015.<http://www.bi.go.id/kekr.provinsibali/>
- Erwin Pratama Soengkono. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Nasabah Memilih Menggunakan Jasa Perbankan pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu*, . Jurnal Universitas Bengkulu.<http://etd.eprints.ums.ac.id/543/>
- Gusti Ayu Putu Suarni. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari*, . Jurnal Universitas Ganesha Singaraja.<http://etd.eprints.undiksa.ac.id>
- Hurriyati,R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.Bandung: Alfabeta
- Husein,Umar. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta.PT Gramedia Utama
- Ilmu Manajemen Pemasaran. 2009. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Diakses tanggal 13 Januari 2015.http://ilmumanajemen_pemasaran.wordpress.com
- Jumlah Bank yang ada di Bali. 2010. Diakses tanggal 13 Januari 2015.<http://bankindonesiaregionalbali.beritabali.com>
- Kotler, Philip dan AB Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia* .Buku 2.Jakarta: Salemba Empat
- Kotler,Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran* ,Jilid 2. Jakarta: Bumi Aksara
- Laporan Pengawas Perbankan. 2013. Diakses tanggal 28 Juli 2014.www.lpp.com
- Lupiyadi,R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- Mowen,H. 2002. *Perilaku Konsumen*.Jilid I .Yogyakarta: Andy Offset

- Pengertian Perilaku Konsumen. Diakses tanggal 13 Januari 2015.
<http://materikuliah.edublogs.or>
- Santosa,Singgih. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*. Jakarta: Media Komputido
- Subchan Yahya. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah Mandiri Cabang Lebak*. Jurnal Universitas Islam Nasional
- Sugiyono. 2013. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012.*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta
- Swasta & Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi kedua,Yogyakarta: Liberty
- Swasta,Basu dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran,Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi pertama ,Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran* .Edisi Kedua. Cetakan Keenam.Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Cetakan kedua. Yogyakarta:Andy Offset.
- Wibisono, Dermawan. 2013. *Panduan Penyusunan skripsi, Tesis & Desertasi*. Yogyakarta: Andy Offset.