



## Intisari

Perusahaan yang ingin berkembang dan bertahan hidup dalam persaingan yang semakin ketat dewasa ini harus dapat memberikan pelayanan prima yang berkualitas kepada pelanggannya. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu produk (barang atau jasa) perlu dipahami oleh pemasar karena akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Dapat dipastikan bahwa pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang puas akan nilai-nilai yang ditawarkan pemasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan nasabah produk kredit UMKM dari Bank BRI. Hal ini dirasa menarik karena banyak bank-bank baik itu milik pemerintah maupun swasta mulai giat untuk menggarap sektor UMKM dengan memberi kredit usaha. Oleh sebab itu, semua bank harus mampu memberikan pelayanan yang baik, demi memberikan kepuasan dan menjag agar nasabah tidak berpindah ke bank lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor harga yang mahal dan ketidakmampuan pihak Bank BRI dalam menghadapi kegagalan layanan secara nyata memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan niat nasabah untuk pindah atau mencari kredit UMKM pada bank yang lainnya. Kedua faktor tersebut memberikan kontribusi sebesar 46%, sedangkan sisanya (54%) niat nasabah untuk pindah dipengaruhi oleh faktor yang lainnya.

Hasil-hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya niat nasabah untuk mencari kredit pada bank lain lebih disebabkan karena persaingan antar bank yang menawarkan bunga pinjaman yang relatif lebih murah dengan proses yang cepat.

**Kata Kunci:** harga mahal, ketidaknyaman, kegagalan layanan utama, ketidakmampuan menghadapi kegagalan layanan, respon yang buruk terhadap kegagalan layanan, masalah etika, niat pindah



**Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan nasabah kredit UMKM Bank BRI dengan bank-bank pesaing**  
BRANTIKA, Hendi, B.M. Purwanto, Dr., MBA  
Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## **Analysis Of Factors Influencing The Substitution Of UMKM Credit Costumers To Competing Banks**

### **Abstract**

A company that have willingness to develop and survive in stricter competition currently should be able to give primary service that has quality to its customers. Customer's satisfaction and dissatisfaction to a product (good or sevice) needs to be comprehended by marketer, by reason it will influence futher behaviour. It can be certain that loyal customers are customers that satisfy about the values marketer offers.

This research intended to know what factors influencing the substitution of UMKM credit product customers from BRI. It is considered as interesting thing because there are plenty of banks, both government-owned bank and private bank come to process UMKM by providing good and sevice, in order to give satisfaction and to maintain customers not to substitution to other bank.

The result of this research shows that expensive price factors and incapability of BRI in faring service failure, in fact gives positive contribution in increasing customer's intention to substitute or find out UMKM credit in other banks. These both factors give contribution of 46% whereas its residual 54% of customer's intention to substitute by other factors.

The other results of this research show that the high level of customer's intention to find out credit in other bank is caused more by competition between the banks offering relatively lower loan interest by faster process.

**Keyword:** Expensive Price, Discomfort, Failure Of Primary Service, Incapabilities To Face Service Failure, Bad Respon To Service Failure, Ethical Problem, Intention To Substitute