

## ABSTRAK

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MENENTUKAN PRODUK PENDANAAN PADA BANK LAMPUNG

Oleh

**Amanda Alif Muammar**

PT Bank Lampung adalah Bank Pembangunan Daerah Lampung yang didirikan dengan maksud mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah disegala bidang, serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam meningkatkan taraf hidup rakyat. PT Bank Lampung memiliki produk pendanaan seperti L-save, SimPel, Tabunganku, Simpeda, Giro dan Deposito rupiah. PT Bank Lampung Kantor Cabang Utama berupaya memasarkan produk tabungan *L-Saving* melalui promosi yang terdiri dari variabel produk, *brand image*, lokasi, dan pelayanan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Kota Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 orang. Analisis data yang digunakan untuk dalam penelitian ini adalah Uji *Cochran Q-Test*. Berdasarkan pada pengujian *Conchran Q Test* yang telah dilakukan secara bertahap untuk mengetahui faktor mana yang menentukan minat konsumen dalam memilih produk pendanaan pada Bank Lampung yaitu dari 21 atribut, hanya terdapat 4 variabel dari 6 atribut yang menentukan, diantaranya yaitu “Produk yang ditawarkan Bank Lampung sangat beragam (F1), Bank Lampung memiliki reputasi yang baik (F4), Pimpinan dan staf Bank Lampung professional (F7), Karyawan Bank Lampung berkualitas (F8), Lokasi Bank Lampung dapat dilihat jelas dari tepi jalan (F14), Karyawan Bank Lampung selalu berpenampilan rapih bersih dan ramah dalam melayani nasabah (F17), Karyawan Bank Lampung selalu update informasi tentang produk dan layanan bank kepada nasabah (F21).

**Kata Kunci:** *Faktor-faktor, Minat Beli.*

## **ABSTRACT**

### **FACTORS AFFECTING CONSUMER INTEREST IN DETERMINING FUNDING PRODUCTS IN BANK LAMPUNG**

**By**

**Amanda Alif Muammar**

PT Bank Lampung is a Lampung Regional Development Bank which was established with the intention of encouraging economic growth and regional development in all fields, as well as as a source of regional income in improving people's living standards. PT Bank Lampung has funding products such as L-save, SimPel, Tabunganku, Simpeda, Current Account and Rupiah Deposit. PT Bank Lampung Main Branch Office seeks to market L-Saving products through promotions consisting of product variables, brand image, location, and services. The population in this study were the people in the region of Bandar Lampung city. The sampling method used non-probability sampling with purposive sampling technique obtaining 100 people. Analysis of data used in this study is the Cochran Q Test. Based on the Cochran Q Test was carried out in stages to determine which factors determined consumer interest in choosing funding products at Bank Lampung, from 21 attribute, only 4 of the 6 attributes that determine, including "The products offered by Bank Lampung are very diverse (F1) , Bank Lampung has a good reputation (F4), Bank Lampung leadership and staff are professional (F7), Bank Lampung employees are qualified (F8), Bank Lampung location can be seen clearly from the side of the road (F14), Bank Lampung employees always look neat and clean friendly in serving customers (F17), Bank Lampung employees always update information about bank products and services to customers (F21).

**Keywords: Factors, Buying Interest.**