

**ANALISIS MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KPR:
STUDI PADA PT BANK COMMONWEALTH**

Thesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh
Eka Avianti Ayuningtyas
11/325689/PEK/16166

**Kepada
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2015**



**ANALISIS MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KPR:
STUDI PADA PT BANK COMMONWEALTH**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Eka Avianti Ayuningtyas
11/325689/PEK/16166
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 12 Maret 2015
dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Yogyakarta, 12 Maret 2015

Dosen Penguji I

Bayu Sutikno, M.S.M., Ph.D.

Dosen Penguji II

Yulia Arisnani Widyarningsih, M.B.A., Ph.D.

Dosen Penguji III/Pembimbing

Iin Mayasari, Dr., M.M., MSi

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam thesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 12 Maret 2015



Eka Avianti Ayuningtyas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang atas karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan thesis ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Orangtua dan keluarga tersayang Qarissa Aulianinka, Muhammad Raiva Pasha, Prayoga Tri Insantama, Indro Dwisarsono, dan Sandra Elizabeth Simanjuntak yang terus memberikan dukungan dan semangat.
2. Seluruh dosen MM UGM yang telah membimbing dan karyawan MM UGM atas bantuan selama menempuh pendidikan MBA.
3. Dr. Iin Mayasari, S.I.P., M.M., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam penulisan thesis ini.
4. Seluruh rekan-rekan mahasiswa MM UGM Angkatan AP21B yang telah bersama-sama menempuh pendidikan dengan segala suka dan duka dari mulai Pra-MBA hingga saat ini.
5. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu penulis, semoga Allah SWT membalas kebaikannya.

Akhir kata penulis semoga thesis ini dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi banyak pihak. Terima kasih.

Yogyakarta, 2015

Eka Avianti Ayuningtyas

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Intisari	x
Abstract	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Perilaku Konsumen	16
2.1.1 Motivasi	17
2.1.2 Hubungan Motivasi dengan Keputusan Pembelian	19

2.2	Produk	22
2.2.1	Atribut Produk	22
2.2.2	Komponen Atribut Produk	24
2.2.3	Hubungan Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian	25
2.3	Keputusan Pembelian Konsumen	26
2.3.1	Jenis Pengambilan Keputusan oleh Konsumen	27
2.3.2	Pihak yang Terlibat dalam Pengambilan Keputusan	29
2.3.3	Proses Keputusan Pembelian	30 ✂
BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN		35
3.1	Metode Penelitian	35
3.1.1	Nara Sumber	35
3.1.2	Jenis Data dan Pengumpulan Data	37
3.1.3	Teknik Pengambilan Sampel	37
3.1.4	Teknik Analisis Data	38
3.1.5	Waktu dan Lokasi Penelitian	39
3.2	Profil Perusahaan	40 ✂
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Profil Nara Sumber	43
4.2	Analisis Data	47
4.2.1	Motivasi Debitur Membeli Properti dengan Menggunakan KPR	47
4.2.2	Manfaat dan Keuntungan bagi Debitur dengan Menggunakan KPR ..	51

4.2.3	Sumber Informasi Debitur Mengenai Produk KPR	57
4.2.4	Sumber Informasi yang Paling Memengaruhi Debitur dalam Pemilihan Produk KPR	62
4.2.5	Fokus Perhatian Debitur Terhadap Atribut Produk KPR	65
4.2.6	Atribut Produk KPR Bank Commonwealth	76
4.2.7	Atribut yang Memotivasi Debitur dalam Keputusan Pembelian Produk KPR Bank Commonwealth	92
4.3	Pembahasan	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		123
5.1	Simpulan	123
5.2	Saran	128
DAFTAR PUSTAKA		131

Cor 22/2/10 of

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Daftar Wawancara	36 ✓
Tabel 4.1	Atribut Produk KPR yang Menjadi Perhatian Nasabah	74 ✓
Tabel 4.2	Atribut yang Membentuk Atribut Produk KPR Bank Commonwealth	89 ✓
Tabel 4.3	Atribut Produk KPR Bank Commonwealth yang Memotivasi Keputusan Pembelian Produk	100 ✓
Tabel 4.4	Komponen Atribut Kualitas, Fitur dan Rancangan Produk KPR Bank Commonwealth	109 ✓
Tabel 4.5	Atribut Kualitas, Fitur dan Rancangan Produk KPR Bank Commonwealth yang Memotivasi dalam Keputusan Pembelian Produk	117 ✓

ok
2/2/15

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Sumber Pembiayaan Konsumen Tahun 2014 Triwulan II	4 ✓
Gambar 1.2	<i>Market Share</i> Industri KPR Perbankan Nasional Tahun 2013 ..	6 ✓
Gambar 1.3	Sumber Informasi KPR Konsumen	8 ✓
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	16 ✓
Gambar 2.2	Model Proses Motivasi	18 ✓
Gambar 2.3	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	30 ✓

✓
22/2/15

INTISARI

Persaingan industri perbankan di Indonesia semakin kompetitif dalam menawarkan produk bank termasuk produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Berdasarkan survei Bank Indonesia tahun 2014 Triwulan II mengenai Sumber Pembiayaan Konsumen, KPR tetap menjadi pilihan utama sebesar 73,69% dalam pembiayaan properti. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan atribut produk KPR Bank Commonwealth dan menganalisis atribut produk KPR Bank Commonwealth yang memotivasi debitur dalam keputusan pembelian. Metode penelitian ini adalah eksploratif kualitatif. Hasil penelitian berupa analisis data kualitatif berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan untuk memperoleh data primer, dengan nara sumber yaitu debitur KPR Bank Commonwealth berjumlah delapan orang. Dari hasil penelitian yaitu atribut produk KPR Bank Commonwealth adalah proses kredit yang relatif cepat dan mudah yang termasuk dalam atribut kualitas produk. Atribut produk yang memotivasi debitur dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth adalah pelayanan proses kredit relatif cepat dan mudah yang termasuk dalam atribut kualitas produk.

Kata kunci: *motivasi, atribut produk, KPR, keputusan pembelian*

df 22/2/15

ABSTRACT

Banking industry competition in Indonesia is getting more competitive in offering bank's product include mortgage. Based on Bank Indonesia survey 2014 Quarter II about Consumer Financing Sources, mortgage still be the main option about 73,69% in property financing. This research purposed to describe product attributes of Bank Commonwealth's mortgage and analysis product attributes of Bank Commonwealth's mortgage which motivated debtor in decision purchase. The method of research is explorative qualitative. The result qualitative data analysis based on in-depth interviews to obtain primary data with eight persons resources of Bank Commonwealth's mortgage debtors. The result of this research, product attributes of Bank Commonwealth mortgage are process relatively fast and easy credit, which are include quality product attributes. Product attributes of Bank Commonwealth mortgage that motivated debtors in decision purchase are process relatively fast and easy credit, which are include quality product attributes.

Keywords: *motivation, product attribute, mortgage, purchase decision*

22/2/15

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perbankan di Indonesia dengan persaingan yang semakin kompetitif, bukan hanya di antara bank lokal pemerintah maupun swasta tetapi bank asing maupun bank campuran yang berada dan beroperasi di Indonesia. Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, pengertian bank adalah badan 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.

Bank asing adalah bank yang sebagian besar atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing, baik itu pihak swasta asing maupun pihak pemerintahan asing. Bank campuran adalah bank umum yang didirikan bersama oleh satu atau lebih bank umum yang berkedudukan di Indonesia dan didirikan oleh Warga Negara Indonesia dan atau badan hukum Indonesia yang dimiliki sepenuhnya oleh Warga Negara Indonesia, dengan satu atau lebih bank yang berkedudukan di luar negeri (OJK-PEDIA <http://www.ojk.go.id/pedia#tabB>).

Peluang bisnis bagi bank asing maupun bank campuran untuk melakukan kegiatan operasional, memasarkan produk dan layanan perbankan di Indonesia sebagai cabang di luar negeri maupun anak perusahaan dari negara asal di mana kantor pusat bank tersebut berada. Melakukan ekspansi ke pangsa pasar yang

lebih luas yaitu dengan cara membuka lebih banyak cabang untuk menjangkau target pasar dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia yang semakin meningkat adalah bagian dari tujuan perusahaan. Contoh bank asing yang beroperasi di Indonesia di antaranya Citibank N.A, The Hongkong & Shanghai Bank Corporation, Standard Chartered Bank, Deutsche Bank, Bank of America N.A, The Bank Of Tokyo-Mitsubishi UFJ LTD. Bank campuran di antaranya yaitu Bank Commonwealth, Bank ANZ Indonesia, Bank DBS Indonesia, Bank BNP Paribas Indonesia, Bank Rabobank International Indonesia, Bank China Trust Indonesia (<http://www.bi.go.id/id/publikasi/dpi/bankcampuran/Default.aspx>).

Bank mempunyai fungsi sebagai lembaga *intermediary* yaitu suatu lembaga yang tugasnya mengumpulkan dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkan kembali kepada masyarakat (*lending*), serta memberikan pelayanan jasa keuangan (*financial services*). Produk dana (*funding*) di antaranya tabungan, giro, deposito, dan untuk produk kredit (*lending*) di antaranya fasilitas kredit kepemilikan rumah, kredit modal usaha, kredit kepemilikan mobil, kredit tanpa agunan, dan kartu kredit (*General Banking for Mortgage Sales PTBC, LPPI, 2013*). Industri perbankan memiliki produk dan jasa keuangan yang sama secara umum untuk dapat bersaing dan menguasai pasar. Kompetisi yang semakin ketat tersebut menuntut bank untuk selalu melakukan pengembangan layanan dan produknya agar mendapatkan target pangsa pasar serta dapat bertahan di dalam industri perbankan.

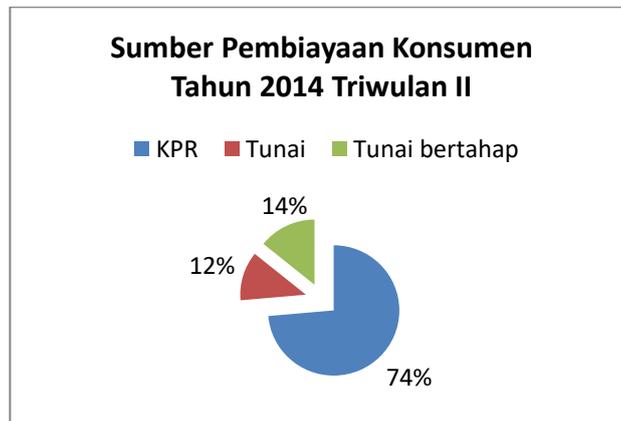
Dalam mengembangkan layanan dan produk perbankan salah satunya adalah dengan melihat peluang pasar di Indonesia yaitu perkembangan properti

yang pesat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Kebutuhan tempat tinggal membuat industri perbankan memanfaatkan peluang bisnis properti ini sebagai lahan bisnis yang potensial yaitu dengan menawarkan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR), yaitu produk pembiayaan dalam rangka pembelian rumah, rumah toko (ruko), rumah kantor (rukan), apartemen dan tanah bagi nasabah perorangan (*Asset Product-Consumer Loan*, PTBC, 2013).

Permintaan masyarakat terhadap properti terus meningkat, sedangkan jumlah persediaan lahan atau properti terbatas, sehingga menjadikan kepemilikan properti sebagai investasi masa depan karena pertumbuhan nilai properti yang semakin tinggi dan harga yang properti yang semakin mahal. Perkembangan harga properti residensial berdasarkan data survei harga properti residensial Divisi Statistik Sektor Riil Triwulan II-2014 Bank Indonesia, pertumbuhan penjualan properti residensial pada Triwulan II-2014 meningkat menjadi 36,65% (*qtq*) dari 15,33% (*qtq*) terutama untuk rumah tipe menengah. Sejalan dengan masih tingginya kebutuhan terhadap hunian peningkatan penjualan properti juga tercermin dari meningkatnya penyaluran KPR dan KPA pada triwulan II-2014 sebesar 5,93% (*qtq*). Penggunaan KPR masih menjadi sumber pembiayaan dominan bagi konsumen dalam pembelian properti residensial dengan suku bunga rata-rata antara 9% - 12%.

Berdasarkan Survei Harga Properti Residensial Triwulan II-2014 Bank Indonesia bahwa harga properti residensial untuk semua tipe rumah pada triwulan II-2014 meningkat lebih tinggi dibanding triwulan sebelumnya. Survei harga properti residensial di kota besar berada pada level 176,31% atau meningkat

1,69% (*qtq*), lebih tinggi dari triwulan sebelumnya (1,45%). Kenaikan harga bangunan (32,11%) dan kenaikan upah pekerja (23,09%) adalah faktor utama penyebab kenaikan harga properti residensial.



Gambar 1.1 Sumber Pembiayaan Konsumen Tahun 2014 Triwulan II

Sumber: Laporan Bulanan Bank Umum Divisi Statistik Sektor Riil, Bank Indonesia (<http://www.bi.go.id>)

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa sumber pembiayaan konsumen tahun 2014 triwulan II, pembiayaan properti residensial dari sisi konsumen fasilitas KPR tetap menjadi pilihan utama dalam melakukan transaksi pembelian properti. Hasil survei mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen (73,69%) masih memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sebagai fasilitas utama dalam melakukan transaksi pembelian properti residensial terutama pada rumah tipe kecil. Pembiayaan properti residensial secara tunai sebesar 12,17% dan tunai bertahap sebesar 14,13%. Peningkatan pertumbuhan penjualan properti residensial tercermin dari naiknya angka pertumbuhan penyaluran kredit perbankan kepada sektor properti. Pada Triwulan II-2014, total KPR tercatat Rp 301,53 triliun atau tumbuh sebesar 5,93% (*qtq*), lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan sebelumnya

(1,14%) dan pertumbuhan total kredit perbankan (2,80%, *qtq*) berdasarkan Survei Harga Properti Residensial Triwulan II-2014, Bank Indonesia tahun 2014 (<http://www.bi.go.id/id/publikasi/survei/harga-properti-primer/Default.aspx>).

Kebutuhan pokok manusia salah satunya adalah tempat tinggal. Fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) menjadi salah satu cara dalam memenuhi kebutuhan pokok tersebut. Tempat tinggal merupakan kebutuhan fisiologis yaitu kebutuhan manusia tingkat pertama dan paling dasar, mengacu pada teori motivasi Dr. Abraham Maslow (Schiffman dan Kanuk, 2007:88) yaitu teori motivasi berdasarkan pada gagasan hierarki kebutuhan manusia. Teori tersebut menyatakan lima tingkat dasar kebutuhan manusia yang diurutkan berdasarkan pentingnya dari tingkat kebutuhan yang lebih rendah yaitu biogenis ke tingkat kebutuhan yang lebih tinggi yaitu psikogenis. Tingkat kebutuhan paling rendah yang terus menerus tidak terpenuhi akan memotivasi perilakunya. Terdiri atas lima tingkatan yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan pengakuan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan manusia tingkat pertama dan paling dasar, yaitu untuk menunjang kehidupan biologis, meliputi makanan, air, udara, perumahan, pakaian yang disebut kebutuhan primer.

Kebutuhan primer terhadap rumah tinggal atau residensial tersebut menciptakan peluang bisnis retail bagi perbankan dengan memberikan produk kredit kepemilikan rumah bagi tiap individu yang membeli rumah dengan cara mengangsur atau kredit. Produk KPR yang ditawarkan oleh bank dengan berbagai manfaat dan kelebihan masing-masing menciptakan persaingan yang ketat,

sehingga membuat bank berlomba-lomba untuk merebut calon debitur dengan berbagai jenis penawaran yang menarik.



Gambar 1.2 Market Share Industri KPR Perbankan Nasional Tahun 2013

Sumber : *Respective Banks*, Bank Indonesia, CLSA Asia Pasific Market

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa persaingan antar bank dalam memasarkan produk KPR di mana pembiayaan untuk fasilitas KPR masih didominasi oleh bank lokal swasta dan BUMN. Pada tahun 2013, *market share* berdasarkan sumber dari *respective banks*, Bank Indonesia, CLSA Asia Pasific markets yaitu BTN menguasai *market share* 32%, BCA 19%, BNI 12%, Bank Mandiri 10%, kemudian CIMB Niaga 9% dan bank lainnya sebesar 18% (<http://www.indoalpha.com/bbtn/>).

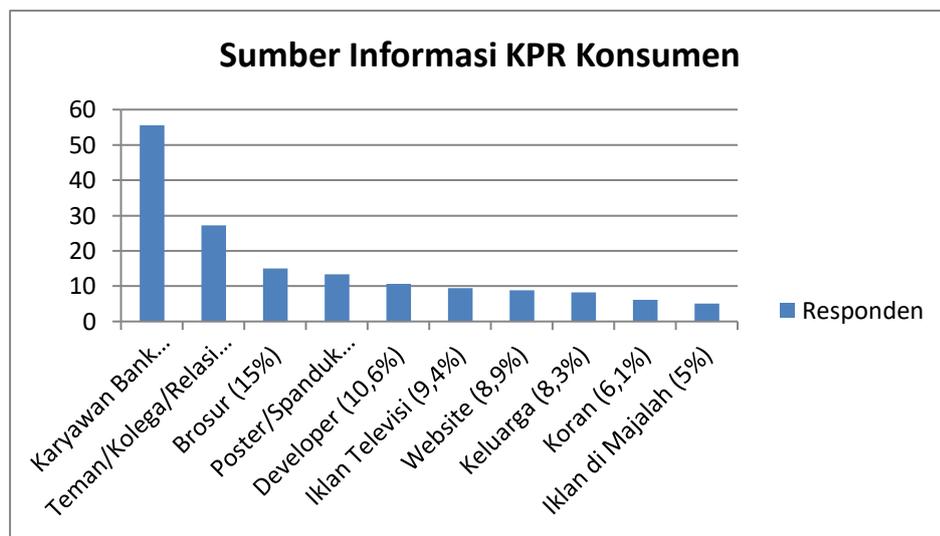
Selain itu, dalam *Overview Indonesian Banking Industry* oleh Markplus Consulting tahun 2013 mengenai perkembangan dan persaingan pasar perbankan di Indonesia, dengan nilai pertumbuhan aset sebesar 15,5% sektor perbankan masih menjadi industri yang menarik bagi para pemain. Para pemain semakin aktif menarik dana pihak ketiga dari nasabah terutama dalam menyalurkan kredit.

Persaingan bank di sektor kredit ini semakin lama semakin sulit. Nasabah saat ini cenderung semakin tidak loyal terhadap bank, terutama di sektor kredit konsumsi di mana penawaran terbaik dinilai berdasarkan nilai bunga kredit yang diberikan oleh bank. Hal ini menyebabkan bank harus berlomba-lomba untuk menurunkan tingkat bunga kreditnya.

Perang harga yang terjadi antar bank membuat nasabah semakin tidak loyal dan nasabah bank semakin rasional. Analisis pada atribut-atribut yang membentuk loyalitas nasabah, atribut-atribut yang bersifat transaksional memiliki bobot yang cenderung tinggi dan semakin meningkat. Untuk produk tabungan atribut transaksional ini berkaitan dengan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam melakukan penyimpanan uang maupun transaksi sehari-hari. Kepuasan terhadap fasilitas-fasilitas yang diberikan bank menjadi faktor utama.

Fasilitas yang dimaksud tidak hanya berkaitan dengan kondisi dan pelayanan di kantor cabang, namun juga layanan transaksi ATM dan *e-banking* serta bunga dan biaya yang ditawarkan oleh bank. Ketersediaan fasilitas transaksi, misalnya ATM dan *e-banking* menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan rekening untuk transaksi. Bunga dan biaya yang ditawarkan menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan rekening untuk simpanan. Secara rasional nasabah akan cenderung memilih bank dengan penawaran paling menarik, hadiah paling tinggi, dan layanan paling lengkap, karena itu bank perlu menerapkan layanan khusus yang sesuai dengan kebutuhan spesifik nasabah (<http://www.markplusinc.com/file/banking>).

Dalam survei tersebut menjelaskan bahwa penawaran yang diberikan oleh bank bukan hanya mengenai suku bunga saja, tetapi atribut-atribut produk yang menyertai di dalamnya. Bank banyak menawarkan berbagai produk dan nasabah semakin rasional dalam memilih produk bank yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan nasabah. Dalam persaingan yang semakin kompetitif membutuhkan atribut produk yang memberikan manfaat dengan pelayanan yang terintegrasi untuk semua produknya.



Gambar 1.3 Sumber Informasi KPR Konsumen

Sumber: Riset Frontier Consulting Group (2012)

Adapun juga penelitian yang dilakukan oleh Frontier Consulting pada gambar di atas mengenai sumber informasi KPR konsumen, Kredit Pemilikan Rumah adalah produk yang dikategorikan sebagai *high involvement product*, banyak hal yang dijadikan sumber informasi dalam proses pengambilan keputusan dalam pemilihan KPR. Hasil survei yang dilakukan Divisi Riset Frontier

Consulting Group, merek bukanlah satu-satunya hal yang memengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil KPR. Terdapat sejumlah sumber informasi yang digunakan oleh konsumen dalam proses pengambilan KPR (<http://www.frontier.co.id/brand-diagnostic-dalam-industri-kpr.html>).

Persaingan yang sangat ketat dalam industri perbankan mengharuskan bank membuat produk yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Produk (Kotler dan Armstrong, 2012:248) adalah sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Penting untuk mengetahui manfaat yang dapat diberikan oleh suatu produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yaitu dengan atribut produk. Atribut produk (Kotler dan Armstrong, 2012:254) adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.

Dari penelitian sebelumnya, Krisnawati, Kirbrandoko, dan Djamaludin (2009) yaitu persepsi *developer* terhadap produk KPR di Bank XYZ Cabang Bogor. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi dan menganalisis tindakan *developer* sebagai implikasi dari persepsi terhadap atribut KPR secara umum dan atribut KPR Bank XYZ khususnya. Di sisi penelitian ini konsumen atau calon debitur memiliki interaksi yang kuat dengan pihak *developer* pada saat proses pengambilan keputusan pembelian rumah. Cara ini digunakan oleh bank tersebut untuk memaksimalkan penjualan produk KPR yaitu dengan menggunakan *marketing developer* sebagai *influencer* pada keputusan dalam pemilihan bank untuk memproses KPR.

Dari hasil penelitian menunjukkan persepsi *developer* terhadap atribut produk KPR Bank XYZ adalah memiliki jangka waktu kredit yang cukup lama, uang muka yang ringan, proses kredit yang cepat, acara *gathering* yang cukup baik dan lokasi terjangkau. Di sisi lain persepsi *developer* terhadap produk KPR bank lain adalah suku bunga yang rendah, biaya kredit yang murah, informasi yang lengkap dan jelas, komisi penjualan yang menarik. Bank XYZ mempunyai keunggulan dalam dua faktor yang sangat penting, yaitu proses persetujuan kredit dan layanan proses yang sangat baik. Atribut produk yang menjadi prioritas utama dalam memilih produk KPR di mana hasil penelitian menunjukkan responden secara umum memilih produk KPR dengan prioritas pertama secara berurutan yaitu pada faktor komisi penjualan, selanjutnya proses kredit, pelayanan *marketing*, suku bunga, persyaratan kredit, informasi pemasaran, lokasi bank, jangka waktu kredit, biaya kredit, uang muka dan prioritas terakhir adalah acara *gathering*.

Adapun penelitian Lubis dan Ginting (2008) mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan permintaan kredit pada PT Bank Tabungan Negara Cabang Medan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor tingkat suku bunga dan pelayanan nasabah dalam memengaruhi dan menentukan keputusan permintaan KPR. Hasil penelitian tersebut menunjukkan walaupun produk dan harga yang ditawarkan oleh suatu bank menarik, tanpa ada kualitas pelayanan yang baik tidak akan mampu memikat nasabah untuk melakukan keputusan pembelian yang dalam hal ini keputusan untuk mengajukan kredit. Industri jasa keuangan yaitu perbankan selalu

memberikan pelayanan yang berkualitas yang secara langsung dapat dinilai oleh nasabah.

Penelitian yang dilakukan ini dari sisi yang sama yaitu atribut produk KPR, namun dilihat dari motivasi debitur dalam keputusan pembelian. Dalam pengambilan keputusan pembelian produk penting bagi perusahaan untuk memahami motivasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Seseorang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan atau dorongan yang memenuhi kebutuhannya. Dorongan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhannya disebut motivasi (Schiffman dan Kanuk, 2010:64). Albari (2002) berpendapat tentang mengenal perilaku konsumen melalui penelitian motivasi yaitu meneliti pengaruh yang mendasari seseorang dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Menurut Thomas dalam Albari (2002:68) bahwa konsumen memiliki motivasi tertentu yang menentukan konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Untuk mengungkap faktor-faktor yang mendasari atau dorongan yang dapat berpengaruh pada perilaku konsumen misalnya atribut penting dari produk atau jasa pada target konsumen yang dituju.

Dalam penelitian yang dilakukan ini, motivasi konsumen terhadap atribut produk yaitu konsumen akan mempertimbangkan atribut produk yang memberikan manfaat dan keuntungan yang paling besar. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Albari (2002:65), perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh rangsangan dari luar dirinya, baik dari rangsangan pemasaran maupun lingkungannya yang lain. Rangsangan tersebut diproses dalam

diri sesuai dengan karakteristik pribadi sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen untuk memproses rangsangan tersebut yaitu salah satunya adalah motivasi konsumen untuk membeli. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka akan terdorong untuk berperilaku menguasai obyek tersebut. Sebaliknya jika motivasi rendah maka akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan. Implikasi pada pemasaran adalah kemungkinan untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasar atau tidak.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang peluang bisnis pada industri perbankan tersebut, di antaranya bank yang menawarkan fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yaitu PT. Bank Commonwealth di Indonesia yaitu anak perusahaan dari Commonwealth Bank of Australia (CBA). Bank Commonwealth melihat potensi peluang bisnis retail untuk pendanaan properti dengan strategi bisnisnya memasarkan produk KPR. Namun, untuk *market share* industri KPR perbankan masih didominasi oleh bank lokal pemerintah maupun swasta.

Penting untuk memahami motivasi konsumen yaitu dalam hal ini mempertimbangkan atribut-atribut produk dalam pengambilan keputusan pembelian, karena motivasi memegang peranan yang penting dalam pengambilan keputusan pembelian produk tertentu. Informasi yang didapatkan mengenai suatu produk yaitu pengetahuan dari proses belajar individu dan proses pembelajaran dari pengalaman yang mendorong untuk mencapai tujuan pemenuhan kebutuhan.

Dalam penelitian ini, penulis ingin menganalisis motivasi konsumen terhadap atribut produk dalam keputusan pembelian produk KPR pada Bank Commonwealth. Berdasarkan uraian tersebut, dilakukan pengkajian lebih lanjut mengenai atribut produk KPR di Bank Commonwealth sehingga dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

Pertanyaan Penelitian

1. Atribut apa yang membentuk atribut produk KPR Bank Commonwealth?
2. Atribut produk KPR apa yang memotivasi konsumen dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis atribut yang membentuk atribut produk KPR Bank Commonwealth.
2. Menganalisis atribut produk yang memotivasi konsumen dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk semua pihak, yaitu untuk pihak akademisi memperluas wawasan dan pengetahuan dalam industri perbankan khususnya mengenai produk KPR dengan atribut-atribut produk yang menyertai. Atribut produk KPR yang menjadi motivasi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi

dalam pengambilan produk KPR di bank kepada konsumen dan masyarakat pada umumnya.

Kontribusi untuk perusahaan, dapat memberikan informasi dari nasabah mengenai produk khususnya KPR, yaitu dapat mengembangkan atribut produk KPR yang menarik bagi nasabah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Menjadi pertimbangan untuk membuat strategi pemasaran kedepannya dalam produk dan layanan yang diberikan sebagai daya saing dalam industri perbankan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Bab I : Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat yang dapat diberikan dari penelitian secara akademis dan manfaat praktis untuk perusahaan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas mengenai teori yang berkaitan dengan fokus penelitian dan dapat mendukung penelitian yang dilakukan.

Bab III : Metode Penelitian dan Profil Perusahaan

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang dilakukan, nara sumber yang diteliti, jenis data dan pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, teknik analisis data yang digunakan, waktu dan lokasi penelitian, serta profil perusahaan.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian dari wawancara mendalam kepada nara sumber.

Bab V : Simpulan dan Saran

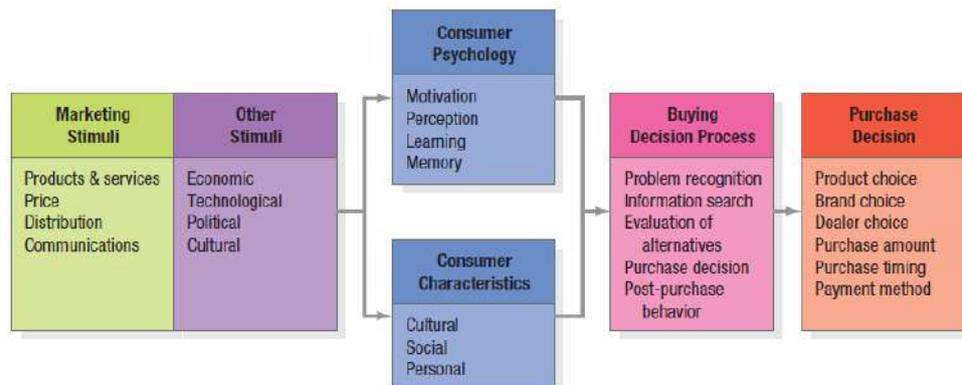
Bab ini membahas mengenai simpulan dari hasil penelitian yang diperoleh sebagai kontribusi untuk perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:7) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (2006:3), perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Menurut Kotler and Keller (2012:173), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, orang memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.



Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen

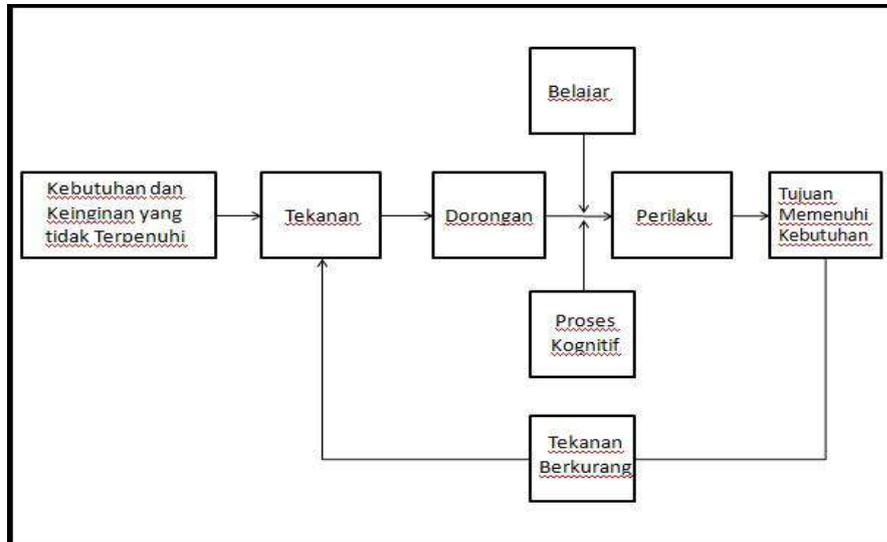
Sumber : Kotler & Keller (2012:183)

Motivasi sebagai bagian dari perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:171), pilihan-pilihan seseorang dalam membeli dipengaruhi lagi oleh empat faktor psikologi, yaitu motivasi (*motivation*), persepsi (*perception*), pengetahuan (*learning*), serta keyakinan (*beliefs*), dan sikap (*attitudes*).

2.1.1 Motivasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:171), motif (dorongan) adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:64) mendefinisikan bahwa motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa individu untuk bertindak. Tenaga pendorong tersebut dihasilkan oleh keadaan tertekan yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:64), motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut. Inilah yang disebut motivasi. Motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seseorang konsumen yang akan memengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.



Gambar 2.2 Model Proses Motivasi

Sumber: Schiffman & Kanuk, 2010:64

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:72-73), model proses motivasi yaitu digambarkan motivasi sebagai keadaan tertekan karena dorongan kebutuhan yang membuat individu melakukan perilaku yang menurut anggapannya akan memuaskan kebutuhan dan dengan demikian akan mengurangi tekanan. Tujuan tertentu yang dipilih dan pola tindakan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut merupakan hasil pemikiran dan proses belajar individu. Tujuan khusus yang ingin dicapai konsumen, dan rangkaian tindakan yang diambil untuk mencapai semua tujuan ini, dipilih atas dasar proses berpikir (kesadaran) dan proses belajar sebelumnya.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:64), pengenalan kebutuhan akan menyebabkan tekanan (*tension*) kepada konsumen, sehingga adanya dorongan pada dirinya (*drive state*) untuk melakukan tindakan yang bertujuan (*goal oriented*

behavior). Tindakan tersebut bisa berbagai macam, pertama konsumen akan mencari informasi mengenai produk, merek atau toko. Kedua, konsumen mungkin akan berbicara kepada teman, saudara, atau mendatangi toko. Ketiga, konsumen mungkin akan membeli produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Tindakan tersebut akan menyebabkan tercapainya tujuan konsumen atau terpenuhinya kebutuhan konsumen (*goal or need fulfillment*).

2.1.2 Hubungan Motivasi dengan Keputusan Pembelian

Salah satu teori motivasi menurut Abraham Maslow yaitu teori motivasi manusia berdasarkan gagasan mengenai hierarki kebutuhan manusia yang universal. Teori Maslow mengenal lima tingkat dasar kebutuhan manusia, yang diurutkan berdasarkan pentingnya dari tingkat kebutuhan yang lebih rendah (biogenis) ke tingkat kebutuhan yang lebih tinggi (psikogenis). Hierarki kebutuhan Maslow yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri (Schiffman dan Kanuk, 2007:88).

Kebutuhan terdiri atas kebutuhan dasar bersifat fisiologis (biogenis) meliputi kebutuhan akan makanan, air, udara, pakaian, perumahan dan seks. Semua itu dibutuhkan untuk meneruskan kehidupan biologis, kebutuhan tersebut dianggap sebagai kebutuhan primer atau motif primer. Kebutuhan perolehan (*acquired needs*) adalah kebutuhan yang dipelajari dari kebudayaan dan lingkungan yang meliputi kebutuhan untuk memperoleh penghargaan diri, martabat, kasih sayang, kekuasaan dan pengetahuan. Kebutuhan perolehan

bersifat psikologis (psikogenis) sehingga disebut kebutuhan sekunder atau motif sekunder (Shiffman dan Kanuk, 2007:73).

Menurut Kotler dan Keller (2012:12), kebutuhan (*needs*) adalah syarat hidup dasar manusia. Orang membutuhkan udara, makanan, air, pakaian, dan tempat tinggal untuk dapat bertahan hidup. Kebutuhan-kebutuhan ini menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Keinginan (*wants*) adalah kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.

Menurut Engel, *et al.*, (2006:285) kebutuhan yang dirasakan (*felt needs*) dibedakan berdasarkan kepada manfaat yang diharapkan dari pembelian dan penggunaan produk. Pertama adalah kebutuhan utilitarian (*utilitarian needs*) yang mendorong konsumen membeli produk karena manfaat fungsional dan karakteristik objektif dari produk tersebut. Kedua adalah kebutuhan ekspresif atau hedonik (*expressive needs*) yaitu kebutuhan yang bersifat psikologis misalnya rasa puas, gengsi, emosi dan perasaan subjektif lainnya. Kebutuhan ini seringkali muncul untuk memenuhi tuntutan sosial dan estetika.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:73), bahwa perilaku adalah berorientasi tujuan (*goal oriented behaviour*). Pertama *generic goals* merupakan tujuan umum yang konsumen pandang sebagai cara untuk memenuhi kebutuhannya. Kedua, *product specific goal* yaitu produk atau jasa merek tertentu yang mana konsumen pilih untuk memenuhi kebutuhan. Pemasar harus memahami *generic goals* kemudian mengarahkan kepada *product specific goals*.

Arah motivasi dapat positif atau negatif. Merasakan adanya tenaga pendorong ke arah atau menjauhi objek atau keadaan tertentu. Dorongan negatif sebagai rasa takut atau keengganan. Kedua jenis dorongan atau motif itu sebagai kebutuhan, keinginan, dan hasrat. Beberapa pakar teori membedakan antara keinginan dan kebutuhan dengan mendefinisikan keinginan sebagai kebutuhan akan produk khusus (Schiffman dan Kanuk, 2007:77).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:78), beberapa pakar perilaku konsumen membedakan antara motif rasional dan motif emosional.

1. Motivasi Pembelian Rasional

Motif rasional menganggap bahwa para konsumen jika secara teliti mempertimbangkan semua alternatif dan memilih alternatif yang memberikan kegunaan yang terbesar kepada mereka. Dalam konteks pemasaran istilah rasionalitas menyatakan bahwa para konsumen memilih sasaran didasarkan pada kriteria yang betul-betul objektif, misalnya ukuran, berat, harga.

2. Motivasi Pembelian Emosional

Motif emosional digunakan pada saat pilihan pembelian ditentukan berdasarkan kriteria selektif yang subjektif atau emosional tidak memaksimalkan kegunaan atau kepuasan. Para konsumen selalu berusaha memilih berbagai alternatif yang menurut pandangan membantu memaksimalkan kepuasan. Penilaian kepuasan merupakan proses yang sangat pribadi yang didasarkan pada kebutuhan maupun pengalaman perilaku dan sosial yang dipelajari sebelumnya. Apa yang kelihatan tidak

rasional bagi pengamat dari luar mungkin rasional dalam konteks psikologis konsumen itu sendiri.

2.2 Produk

Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler and Armstrong, 2012:248). Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler dan Keller, 2009:4).

Produk adalah sekumpulan atribut produk yang nyata dan tidak nyata termasuk kemasan, warna, harga, kualitas dan merek serta pelayanan dan reputasi nama baik penjual (Stanton, 1991:168). Produk tidak hanya berbentuk barang yang berwujud (*tangible*), tetapi sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*) misalnya pelayanan jasa. Dengan sekumpulan atribut yang menyertai misalnya kualitas, harga, pelayanan, dan sebagainya. Produk digunakan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (*needs and wants*) dari konsumen.

2.2.1 Atribut Produk

Menurut Kotler and Armstrong (2012:254), atribut dan servis produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Manfaat ini dikomunikasikan dan diserahkan dan atribut produk seperti kualitas, fitur, dan rancangan. Pengembangan produk inilah yang

diharapkan dapat menambah nilai kegunaan dan memberikan manfaat bagi para konsumennya. Menurut Kotler, Ang, Leong, dan Tan (2000:6), atribut adalah sifat-sifat yang menambah fungsi dasar produk. Dalam atribut produk terdapat komponen yang menunjukkan karakteristik produk dan pada umumnya akan mendapat perhatian konsumen dalam memilih suatu produk.

Menurut Mowen dan Minor (2002:312), atribut produk adalah sifat suatu produk, umumnya mengacu pada karakteristik yang berfungsi sebagai kriteria evaluatif selama pengambilan keputusan oleh seorang konsumen. Keunikan suatu produk dapat dengan mudah menarik perhatian konsumen, keunikan ini terlihat dari atribut yang dimiliki oleh suatu produk. Suatu produk pada dasarnya merupakan kumpulan dari atribut-atribut, dan setiap produk baik barang maupun jasa dapat diekspresikan dengan menyebutkan atribut-atributnya.

Menurut Gitosudarmo (2000:188), atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli. Keputusan mengenai atribut produk inilah yang akan memengaruhi reaksi atau tindakan maupun sikap konsumen terhadap pembelian. Semakin sesuai antara atribut produk atau sifat produk dengan keinginan konsumen, maka semakin kuat pula daya tarik produk tersebut untuk dibeli.

Menurut Kotler dalam Akpoyomare, Oghojafor, Adeosun dan Ganiyu (2012:197), atribut produk memegang peran utama dalam menentukan merek yang akan konsumen pertimbangkan dan memberikan perhatian serius ketika membuat keputusan pembelian. Atribut memberikan keuntungan bagi merek

produk suatu perusahaan, karena akan membantu kesadaran konsumen dan pengakuan untuk mempertimbangkan merek tertentu. Nilai atribut digunakan oleh konsumen sebagai dasar untuk mengevaluasi produk. Konsumen mencari manfaat ketika membeli produk tersebut. Konsumen juga menggunakan atribut untuk membuat perbandingan merek yang kompetitif. Atribut produk memberikan dasar bagi pemasar dalam membedakan dan mengatur merek produk, membedakan pesaing berdasarkan atribut atau manfaat produk tertentu. Atribut digunakan oleh pemasar sebagai dasar untuk mengembangkan produk dan strategi posisi tertentu.

Setiap konsumen memiliki tingkat kepentingan yang berbeda-beda bagi setiap atribut. Tingkat kepentingan atribut merupakan penilaian individu secara umum terhadap seberapa penting sebuah atribut untuk produk atau jasa tertentu. Bahwa tingkat kepentingan atribut dipengaruhi secara langsung oleh atensi konsumen terhadap atribut tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepentingan atribut yaitu karakteristik dari penerima pesan, karakteristik pesan yang disampaikan (iklan), peluang merespon penerima pesan terhadap atribut produk. Semakin besar atensi konsumen terhadap suatu atribut, maka semakin penting atribut tersebut dimata konsumen (Mowen dan Minor, 1998:256).

2.2.2 Komponen Atribut Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:254), atribut produk merupakan pengembangan suatu produk dan jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang ditawarkan. Manfaat atribut produk yang ditawarkan dan disampaikan adalah sebagai berikut.

1. Kualitas produk

Adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan yang menghasilkan kepuasan atau kebutuhan konsumen.

2. Fitur produk

Fitur adalah alat untuk bersaing yang membedakan produk perusahaan dari produk pesaing.

3. Rancangan Produk

Gaya mendeskripsikan penampilan suatu produk. Rancangan diawali dengan pengamatan dan pengembangan pemahaman secara mendalam terhadap kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler (2002:206) konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan, atribut yang diminati oleh konsumen berbeda-beda menurut produknya.

2.2.3 Hubungan Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (2008:103) atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2004:347), mengungkapkan bahwa manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk. Atribut-atribut produk dipandang sebagai faktor yang memengaruhi

keputusan pembelian konsumen, semakin lengkap dan komplit sebuah produk, semakin besar peluang produk tersebut untuk diminati oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2012:186) dalam keputusan pembelian konsep dasar proses tahap evaluasi alternatif.

1. Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
2. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
3. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan maanfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan.

Konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan. Terdapat pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen dengan membandingkan atribut pada barang atau jasa tersebut, sebelum melakukan keputusan pembelian produk barang atau jasa.

2.3 Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. (Schiffman dan Kanuk, 2007:485). Menurut Kotler dan Armstrong (2012:178), keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Pengambilan keputusan (Amirullah, 2002:61) dapat diartikan sebagai suatu proses penilaian dan pilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Keputusan pembelian (Mowen dan Minor, 2002:7) adalah di mana konsumen memiliki beberapa alternatif pilihan pembelian dan berikut konsumen akan memilihnya. Perilaku pembelian konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian konsumen. Proses ini merupakan tahapan dalam penyelesaian masalah untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen dalam mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif dan memilih di antara pilihan pembelian.

2.3.1 Jenis Pengambilan Keputusan oleh Konsumen

Menurut Mowen dan Minor (1998:256), dalam memenuhi kebutuhannya konsumen yang dihadapkan dengan banyak pilihan dengan beragam kualitas dan kuantitas tentunya harus mengambil keputusan tentang produk yang dipilihnya untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Proses pengambilan keputusan ini dibedakan antara produk yang membutuhkan keterlibatan yang rendah (*low involvement*) dari konsumen, dengan produk yang membutuhkan keterlibatan yang tinggi (*high involvement*).

Produk yang membutuhkan keterlibatan tinggi biasanya merupakan produk dengan harga yang cukup tinggi, produk yang kompleks, sehingga membutuhkan pertimbangan yang cukup matang dalam mengambil keputusan untuk membeli atau mengkonsumsinya. Contohnya adalah pembelian mobil, pembelian rumah, penggunaan jasa dokter atau rumah sakit, penggunaan jasa perbankan. Sebaliknya produk dengan keterlibatan rendah adalah produk yang

hanya membutuhkan tingkat pertimbangan yang rendah atau medium dalam pengambilan keputusannya.

Terdapat dua macam tipe pengambilan keputusan yaitu *high involvement purchase* dan *low involvement purchase* (Mullins, 2008).

1. *High Involvement Purchase*

Pembelian yang menuntut tingkat keterlibatan konsumen relatif tinggi. Keputusan pembelian atas produk atau jasa, merupakan hal penting secara psikologis bagi pembeli karena berkaitan dengan kebutuhan atas ego atau status sosial. Umumnya melibatkan jumlah uang yang cukup besar, dan memiliki risiko finansial. Tingkat keterlibatan seseorang pada pembelian produk atau jasa tertentu tergantung pada jenis kebutuhan yang ingin dipenuhi, dan ketersediaan sumber daya. Sebuah *high involvement product* bagi seorang pembeli, bisa menjadi *low involvement product* bagi pembeli yang lain.

2. *Low Involvement Purchase*

Pembelian yang melibatkan keterlibatan relatif rendah dari konsumen. Keputusan pembelian atas produk atau jasa yang tidak terlalu penting bagi konsumen. Umumnya upaya pencarian informasi untuk mengevaluasi alternatif merek produk yang akan dibeli sangat terbatas. Seringkali keputusan konsumen diputuskan ketika konsumen sedang berada di dalam toko, berupa pembelian spontan atau berdasarkan merek yang sudah *familiar*, atau atas dasar perbandingan merek yang ada di rak toko. Keterlibatan konsumen terhadap produk relatif rendah sehingga konsumen

seringkali menggunakan merek yang sama sepanjang waktu. Banyak konsumen yang loyal terhadap merek tertentu seiring popularitas produk *low involvement* tersebut. *Familiarity* (kepopuleran) merupakan kunci bagi *low involvement product*.

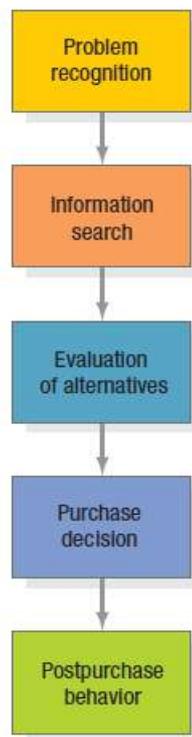
2.3.2 Pihak-pihak yang Terlibat dalam Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:196) dalam proses pengambilan keputusan barang atau jasa terdapat beberapa pihak yang memiliki peranan yang berbeda-beda.

1. Pencetus (*initiator*) yaitu orang yang pertama kali menyadari adanya kebutuhan untuk membeli produk atau jasa.
2. Pemberi pengaruh (*influencer*) yaitu orang yang sering berperan sebagai pemberi pengaruh terhadap keputusan pembelian untuk membeli berdasarkan pandangan yang dimilikinya.
3. Pengambilan keputusan (*decider*) yaitu orang yang sering menjadi pengambil keputusan dalam menentukan apakah produk tersebut jadi dibeli, apakah yang akan dibeli, bagaimana akan membeli dan dimana akan membeli.
4. Pembeli (*buyer*) yaitu orang yang melakukan pembelian secara sesungguhnya.
5. Pemakai (*user*) yaitu orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk yang dibeli.

2.3.3 Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2012:184), model lima tahap proses keputusan pembelian konsumen memberikan kerangka referensi yang baik, karena model itu menangkap kisaran penuh pertimbangan yang muncul ketika konsumen menghadapi pembelian baru yang memerlukan keterlibatan tinggi.



Gambar 2.3 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen

Sumber : Kotler dan Keller (2012:188)

1. Pengenalan Kebutuhan (*Problem Recognition*)

Proses pembeli diawali dengan pengenalan kebutuhan (*need recognition*) dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan normal

seseorang muncul pada tingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan atau suatu kebutuhan juga dapat dipicu oleh rangsangan eksternal.

2. Pencarian Informasi (*Information Search*)

Tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi yang berkaitan dengan kebutuhan itu. Konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau mungkin aktif mencari informasi. Pencarian informasi aktif: mencari bahan bacaan, menelpon teman, melakukan kegiatan *online*, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tersebut. Sumber informasi utama dimana konsumen dibagi menjadi empat kelompok.

- Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, rekan
- Sumber komersial: iklan, situs Web, wiraniaga, *dealer*, kemasan, tampilan
- Sumber publik: media massa, organisasi pemeringkat konsumen
- Sumber pengalaman/eksperimental: penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk

Secara umum konsumen menerima informasi terpenting mengenai produk dari sumber komersial yang dikendalikan oleh pemasar. Namun sumber yang paling efektif berasal dari sumber pribadi atau sumber publik yang merupakan otoritas independen. Sumber komersial biasanya melakukan fungsi informasi, sementara sumber pribadi melakukan fungsi legitimasi atau evaluasi yaitu membenarkan atau mengevaluasi produk bagi pembeli.

3. Evaluasi Berbagai Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)

Konsep dasar proses evaluasi: Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan. Konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:492-508), komponen proses dalam model berhubungan dengan cara konsumen mengambil keputusan, mempertimbangkan pengaruh berbagai konsep psikologis yang memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen, kesadaran konsumen terhadap berbagai pilihan produk, kegiatan konsumen dalam pengumpulan informasi dan penilaian konsumen mengenai berbagai alternatif. Penelitian sebelum pembelian dimulai ketika konsumen merasakan adanya kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Ingatan kepada pengalaman yang lalu dapat memberikan informasi yang memadai kepada konsumen untuk melakukan pilihan. Sebaliknya jika konsumen tidak mempunyai pengalaman sebelumnya, maka konsumen mungkin harus melakukan penelitian yang mendalam mengenai keadaan di luar dirinya untuk memperoleh informasi yang berguna sebagai dasar pemilihan.

Konsumen biasanya mencoba mengingat (bidang psikologis) sebelum mencari berbagai sumber informasi eksternal mengenai kebutuhan yang berhubungan dengan konsumsi tertentu. Pengalaman yang lalu dianggap sebagai sumber informasi internal. Semakin besar kaitannya dengan pengalaman yang lalu semakin sedikit informasi luar yang mungkin dibutuhkan konsumen untuk mencapai keputusan. Banyak keputusan konsumen yang didasarkan kepada gabungan pengalaman yang lalu (sumber internal) dan informasi pemasaran dan nonkomersial (sumber eksternal). Tingkat risiko yang dirasakan juga dapat memengaruhi tahap proses pengambilan keputusan. Dalam situasi risiko yang tinggi konsumen mungkin terlibat dalam pencarian dan evaluasi informasi yang kompleks, sedangkan dalam situasi risiko yang rendah konsumen mungkin menggunakan tak-tik pencarian dan penilaian informasi yang sangat sederhana.

4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli produk. Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan dan mungkin juga konsumen membentuk maksud untuk membeli merek yang disukai. Keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai.

5. Perilaku Pasca Pembelian (*Postpurchase Behavior*)

Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya.

BAB III

METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian eksploratif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Hussey dan Hussey, metode eksploratif adalah suatu metode dalam penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi awal tentang sesuatu. Fokus perhatian dalam penelitian eksploratif adalah memperoleh gagasan serta pemahaman terhadap suatu masalah agar dapat dilakukan penelitian lebih lanjut yang lebih terarah (Hermawan, 2006:82).

Penelitian kualitatif menurut Sekaran, merupakan penelitian yang lebih banyak menggunakan kualitas subyektif, mencakup penelaahan dan pengungkapan berdasarkan persepsi untuk memperoleh pemahaman terhadap fenomena sosial (Hermawan, 2006:20). Penelitian eksploratif untuk menggali informasi dan mengumpulkan data-data awal secara rinci dari nara sumber mengenai produk KPR dan atribut-atribut yang menyertai, dan pendekatan kualitatif untuk memaparkan hasil penelitian dari data yang diperoleh selama penelitian.

3.1.1 Nara Sumber

Peneliti melakukan wawancara kepada nara sumber yaitu debitur Kredit Pemilikan Rumah PT. Bank Commonwealth. Debitur adalah orang atau lembaga

yang berutang kepada orang atau lembaga lain (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dalam hal ini adalah pihak individu yang menggunakan jasa bank untuk pembiayaan rumah pada Bank Commonwealth.

Nara sumber dalam penelitian ini terdiri dari delapan orang di antaranya berprofesi sebagai karyawan sebanyak enam orang dan wiraswasta sebanyak dua orang. Nara sumber dari berbagai latar belakang profesi dan bidang perusahaan yang berbeda-beda. Nara sumber yaitu mempunyai fasilitas KPR di Bank Commonwealth dari tahun 2013 dan 2014, agar dapat memperoleh informasi terkini. Para nara sumber tersebut dipilih oleh peneliti dengan pertimbangan dapat menjadi sumber untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, yaitu dapat menjelaskan informasi secara terperinci mengenai produk KPR mengenai atribut-atribut produk yang memotivasi nara sumber dalam keputusan pembelian produk KPR, termasuk di antaranya nara sumber dengan tujuan *take over* KPR dari bank lain.

Tabel 3.1 Daftar Wawancara

No	Deskripsi
1	Apa motivasi Anda membeli properti dengan menggunakan fasilitas KPR?
2	Apa manfaat utama yang Anda harapkan dengan menggunakan fasilitas KPR?
3	Menurut Anda apa keuntungan membeli properti dengan menggunakan KPR?
4	Dari mana saja sumber informasi mengenai produk KPR yang Anda dapatkan?

5	Diantara sumber informasi tersebut mana yang paling memengaruhi Anda dalam pemilihan produk KPR?
6	Dari informasi yang didapatkan tersebut atribut KPR apakah yang menjadi fokus perhatian Anda?
7	Menurut Anda atribut produk KPR apa saja yang ada di Bank Commonwealth?
8	Apa saja dari atribut-atribut tersebut yang paling penting untuk memotivasi Anda dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth?

3.1.2 Jenis Data dan Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian (Hermawan, 2006:168). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan langsung dengan melakukan wawancara kepada nara sumber. Menurut Esterberg wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2014:316). Pada penelitian ini dilakukan wawancara secara mendalam kepada nara sumber dengan menggunakan alat bantu berupa alat perekam, alat tulis dan kertas untuk mencatat.

3.1.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan dengan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam

penelitian kualitatif ini penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014:301). Pertimbangan yaitu nara sumber dari berbagai latar belakang profesi dan bidang perusahaan yang berbeda-beda, di antaranya berprofesi sebagai karyawan dan wiraswasta, dan nara sumber yang sudah mempunyai fasilitas KPR berikutnya di Bank Commonwealth.

3.1.4 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2014:332). Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Menurut Miles dan Huberman komponen dalam analisis data (*interactive model*) aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2014:334).

1. Data reduksi (*data reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang

menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengelompokkan data.

2. Penyajian data (*data display*)

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya.

3. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*)

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang sah.

3.1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian tesis ini adalah sebagai berikut.

1. Nara sumber Bapak Iwan Pontjowinoto wawancara pada tanggal 3 September 2014 di Epincentrum Kuningan, Jakarta Selatan.
2. Nara sumber Bapak Barita Martin wawancara pada tanggal 20 September 2014 di Starbucks Pondok Indah Mall, Jakarta Selatan.
3. Nara sumber Ibu Rekiyan wawancara pada tanggal 3 Oktober 2014 di Plaza Bapindo, Jakarta Selatan.

4. Nara sumber Bapak Fery Ariyanto wawancara pada tanggal 13 Oktober di Gading Serpong, Tangerang.
5. Nara sumber Bapak Steven Wijaya wawancara pada tanggal 13 Oktober 2014 di Perkantoran UPH Karawaci, Tangerang.
6. Nara sumber Bapak Novianto Wahyudi wawancara pada tanggal 17 Oktober 2014 di Perkantoran Kuningan, Jakarta Selatan.
7. Nara sumber Bapak Ayusman Kuntadi wawancara pada tanggal 25 Oktober 2014 di Starbucks Summarecon Mall Serpong, Tangerang.
8. Nara sumber Bapak Muhamad Hanif wawancara pada tanggal 08 Oktober 2014 di Perkantoran Slipi, Jakarta Barat dan tanggal 25 Oktober 2014 di Perumahan Cikas, Bekasi.

Dengan jangka waktu penelitian ini selama dua bulan yaitu mulai bulan September 2014 sampai dengan Oktober 2014.

3.2 Profil Perusahaan

PT. Bank Commonwealth (PTBC) merupakan anak perusahaan dari Commonwealth Bank of Australia (CBA) yang merupakan penyedia jasa keuangan terpadu terbesar di Australia. Kehadiran PTBC di Indonesia merupakan bagian strategi jangka panjang CBA untuk mengembangkan bisnisnya hingga Asia Pasifik. Di Indonesia ditandai dengan dibukanya kantor perwakilan CBA pada tahun 1990. Pada tahun 1997 CBA membentuk perusahaan *joint venture* untuk menyediakan layanan perbankan korporat bagi entitas bisnis Indonesia dan perusahaan lainnya. Pada tahun 2000 perusahaan tersebut menjadi PT. Bank

Commonwealth, dengan Commonwealth Bank of Australia sebagai pemegang saham utama.

Pada tahun 2007 sebagai bagian dari rencana pengembangan pasar Usaha Kecil Menengah (UKM), PTBC mengakuisisi saham Bank Artha Niaga Kencana (ANK) yang berbasis di Surabaya dengan penguasaan pasar yang dominan di wilayah Jawa Timur. Akuisisi tersebut membantu memperkuat bisnis UKM dan membangun jaringan yang lebih luas. Dengan kedudukannya sebagai penyedia layanan *Wealth Management* terkemuka, PTBC juga mengembangkan fokus usahanya pada layanan perbankan UKM dan perbankan ritel yang ditujukan pada segmen menengah dan perbankan komersial. Fokus pada empat area bisnis dengan strategi empat pilar bank pada tahun 2010 yang sejak saat itu menjadi faktor kunci yang mendorong pertumbuhan bank yang konsisten dan berkelanjutan.

Dalam penyaluran produk KPR-nya terdapat dua jenis produk KPR PTBC, yaitu KPR dan KPR Multiguna atau *refinancing* untuk tujuan konsumtif. KPR PTBC adalah kredit pemilikan rumah yang diberikan kepada perorangan untuk keperluan pembelian rumah tinggal, apartemen, ruko (rumah toko), rukan (rumah kantor), atau tanah. Produk KPR Multiguna yaitu kredit konsumsi dengan memberikan jaminan rumah tinggal untuk keperluan konsumsi lainnya seperti pembelian aset, renovasi rumah, dan konsumsi lainnya. PTBC juga mempunyai kerjasama dengan Ciputra Grup dalam menawarkan KPR untuk proyek perumahan Ciputra pengembang properti terkemuka. PTBC adalah salah satu dari bank multinasional pertama yang bekerjasama dengan Ciputra Grup. Inisiatif ini

sejalan dengan strategi PTBC untuk menumbuhkan kredit konsumen sebagai salah satu dari empat pilar strategi pertumbuhan PTBC.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menguraikan data hasil penelitian dan melakukan analisis data serta pembahasan dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam Bab I yaitu mengetahui atribut yang membentuk atribut produk, dan menganalisis motivasi konsumen terhadap atribut produk dalam keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara secara mendalam dengan para nara sumber sebagai bentuk pencarian informasi yang dialami selama proses kredit.

Langkah pertama yang dilakukan adalah menyusun *draft* pertanyaan untuk wawancara kepada nara sumber, langkah kedua melakukan wawancara dengan nara sumber, kemudian langkah ketiga dilakukan pemindahan data yang diperoleh selama wawancara, dan langkah yang terakhir dilakukan analisis data dan pembahasan yang diperoleh selama penelitian. Dalam bab ini terdiri atas profil nara sumber, analisis data hasil penelitian dan pembahasan secara keseluruhan.

4.1 Profil Nara Sumber

Pada profil nara sumber ini diinformasikan data nara sumber yang diwawancarai dalam penelitian, dengan tujuan mengetahui profil nara sumber misalnya nama, usia, alamat identitas, pendidikan, status dan profesi, serta hal yang berkaitan dengan pengambilan produk KPR. Dalam penelitian ini yang menjadi nara sumbernya adalah debitur KPR Bank Commonwealth, yaitu mempunyai fasilitas KPR dan masih berjalan hingga saat ini di Bank

Commonwealth. Nara sumber yang dipilih yaitu sebanyak delapan orang, di antaranya berprofesi sebagai karyawan dan wiraswasta. Berikut adalah profil dari nara sumber yang dipilih untuk dilakukan wawancara oleh penulis selama penelitian.

Profil debitur Kredit Pemilikan Rumah Bank Commonwealth berdasarkan identitas masing-masing adalah sebagai berikut.

1. Bapak Dr. Ir. Iwan P. Pontjowinoto, M. CFP.

Beliau adalah pemilik sekaligus *Chief Executive Officer* (CEO) dari perusahaan perencana keuangan independen. Usia beliau 60 tahun. Beliau bertempat tinggal di Pancoran, Jakarta Selatan. Status menikah dan memiliki tanggungan keluarga yaitu istri, dan kedua anak beliau yang telah menikah. Beliau menjadi debitur KPR di Bank Commonwealth sejak Desember 2013 mengambil produk KPR dengan tujuan multiguna atau *home refinancing*, yaitu pengambilan fasilitas kredit rumah dengan menjaminkan aset properti yang dimiliki untuk tujuan pembelian properti lainnya.

2. Bapak Barita Marthin

Beliau adalah seorang karyawan di salah satu perusahaan BUMN yang berlokasi di Jakarta, dengan jabatan *Supervisor Senior* Perencanaan Unit dan Kinerja. Usia beliau 38 tahun. Pendidikan terakhir yaitu Strata satu. Bertempat tinggal di Krukut, Limo, Kota Depok. Status menikah dengan memiliki tanggungan keluarga yaitu istri dan satu anak. Beliau menjadi debitur di Bank Commonwealth sejak Januari 2014, mengambil fasilitas

KPR dengan tujuan *home refinancing* yaitu menjaminkan tanah untuk pembangunan rumah tinggal atau konstruksi.

3. Ibu Rekiyan Ayu Hapsari

Beliau adalah karyawan dari salah satu Bank BUMN yang berlokasi di Jakarta, menjabat sebagai *Senior Manager Consumer Loan*. Usia beliau 32 tahun. Pendidikan terakhir Strata satu. Bertempat tinggal di Sukapura, Cilincing, Jakarta Utara. Status menikah dan memiliki dua anak. Beliau menjadi debitur di Bank Commonwealth bulan Juli 2013, mengambil fasilitas KPR dengan tujuan yaitu *take over* dari bank lain. Saat ini beliau sudah mempunyai fasilitas KPR yang kedua di Bank Commonwealth untuk tujuan renovasi rumah lainnya.

4. Fery Ariyanto

Beliau adalah seorang karyawan swasta di perusahaan pengembang properti di kota Tangerang dengan posisi sebagai *Technical Supervisor*. Usia beliau 38 tahun. Pendidikan terakhir Strata satu. Bertempat tinggal di Medang, Pagedangan, Kota Tangerang. Status menikah dan memiliki tanggungan keluarga yaitu istri dan dua anak. Beliau menjadi debitur di Bank Commonwealth sejak April 2014, mengambil fasilitas KPR dengan tujuan *take over* dari bank lain dan *top up*.

5. Bapak Steven Wijaya

Beliau adalah seorang karyawan swasta di salah satu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi yang berlokasi di kota Tangerang. Usia 34 tahun. Pendidikan terakhir Strata satu. Beralamat tempat tinggal di

Jalupang, Serpong, kota Tangerang. Status menikah dengan tanggungan keluarga yaitu istri dan satu anak. Beliau menjadi debitur sejak Desember 2013, mengambil fasilitas KPR dengan tujuan *take over* dari bank lain.

6. Bapak FX. Novianto Wahyudi

Beliau adalah seorang karyawan swasta yang bergerak di bidang penyediaan peralatan laboratorium, yang berlokasi di Jakarta dan menjabat sebagai *Manager IT*. Usia beliau 38 tahun. Pendidikan terakhir adalah Strata satu. Bertempat tinggal di Jelupang, Serpong Utara, Kota Tangerang. Status menikah dengan tanggungan keluarga yaitu seorang istri. Beliau menjadi debitur di Bank Commonwealth sejak September 2013, mengambil fasilitas KPR dengan tujuan *take over* dari bank lain.

7. Bapak Ayusman Kuntadi

Beliau adalah seorang wiraswasta, mempunyai perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor, yaitu meliputi kontraktor pembangunan rumah, rumah toko dan renovasi. Usia beliau 55 tahun. Pendidikan terakhir adalah Strata satu. Bertempat tinggal di Gading Serpong Pakulonan Barat, Kelapa Dua, Kota Tangerang. Status menikah, dengan tanggungan keluarga yaitu istri dan tiga anak. Beliau menjadi debitur di Bank Commonwealth sejak Maret 2014, mengambil fasilitas KPR dengan tujuan untuk pembelian properti berikutnya.

8. Bapak Muhamad Hanif

Beliau adalah seorang karyawan swasta di salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kimia yang berlokasi di Jakarta, sebagai *IT Staff*. Usia

beliau 43 tahun. Pendidikan terakhir Strata satu. Bertempat tinggal di Pekayon, Pekayon Jaya, Kota Bekasi. Status menikah dengan tanggungan keluarga yaitu istri dan satu anak. Beliau menjadi debitur di Bank Commonwealth sejak Oktober 2014, mengambil KPR dengan tujuan *take over* dan *top up* untuk kebutuhan konsumtif.

4.2 Analisis Data

Menganalisis data hasil penelitian dengan menyajikan data bersifat kualitatif berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan selama penelitian dengan para nara sumber, kemudian dilakukan pembahasan lebih lanjut dengan teori yang terkait dan mendukung tujuan penelitian.

4.2.1 Motivasi Debitur Membeli Properti dengan Menggunakan KPR

Motivasi menurut Schiffman dan Kanuk (2010:64) seseorang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dan usaha atau dorongan yang memenuhi kebutuhan. Dorongan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan disebut motivasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, konsumen mempunyai perilaku dalam mencapai tujuannya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:73) perilaku adalah berorientasi tujuan (*goal oriented behavior*), yaitu *generic goals* merupakan tujuan umum yang konsumen pandang sebagai cara untuk memenuhi kebutuhannya, dan *product specific goal* yaitu produk atau jasa merek tertentu yang mana konsumen pilih untuk memenuhi kebutuhan.

Kebutuhan menurut Schiffman dan Kanuk (2007:73) merupakan kebutuhan terdiri atas kebutuhan bersifat fisiologis (biogenis) meliputi makanan, air, udara, pakaian, perumahan. Kebutuhan biogenis dianggap sebagai kebutuhan primer atau motif primer. Kebutuhan perolehan (*acquired needs*) kebutuhan yang dipelajari dari kebudayaan dan lingkungan meliputi memperoleh penghargaan diri, martabat, kasih sayang, kekuasaan dan pengetahuan. Kebutuhan perolehan bersifat psikologis disebut kebutuhan sekunder atau motif sekunder.

Untuk mengetahui kebutuhan debitur terhadap penggunaan fasilitas KPR di bank, berikut pernyataan dari para nara sumber.

“Jadi ada dua, pertama tidak mungkin saat ini kita membeli properti secara *hard cash*, ya karena harga properti cukup besar, dan kedua juga properti itu biasanya untuk investasi. Ya, karena itu saya ambil KPR dengan harapan bahwa biaya yang saya bayarkan melalui KPR akan lebih rendah dari pada *capital gain* dalam waktu lima sampai dengan sepuluh tahun.” (IWN, 03 September 2014)

Menurut nara sumber IWN dorongan kebutuhan terhadap penggunaan fasilitas kredit pemilikan rumah adalah untuk berinvestasi pada properti, yaitu dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan oleh debitur pada saat itu dapat ditutupi dengan *capital gain* yang didapatkan dalam jangka waktu panjang. Motivasi dari nara sumber lainnya yaitu BRT, HNF, dan NVT membeli properti dengan menggunakan fasilitas KPR untuk memenuhi kebutuhan rumah tinggal, seperti diutarakan dalam beberapa pernyataan berikut.

“Ini ya pembelian rumah pertama.” (BRT, 20 September 2014)

“Awalnya ya pengen punya rumah, karena kita punya rumah susah untuk *cash* jadi harus KPR. Nah karena itu dipermudah sekarang kan pertama saya sudah pegawai tetap, sudah *married*, mau gak mau kita harus punya rumah, motivasinya itu kebutuhan keluarga kebutuhan pokoknya itu. Kan

intinya rumah, mau yang lain itu nanti dulu lah yang penting punya rumah.” (HNF, 25 Oktober 2014)

“Ya biar supaya punya rumah mba, yah kreditlah.” (NVT, 17 Oktober 2014)

“Ya kan ingin ini membeli aset yang lain kan.” (AYS, 25 Oktober 2014)

“Nah, yang kedua yang terjadi sama kamu kemarin itu saya ambil KPR lebih kearah untuk *refinancing*. Jadi yang kedua itu tentu kita pingin melihat bagaimana kita menggunakan aset yang sudah kita miliki untuk lebih giat lagi bekerja buat kita.” (IWN, 03 September 2014)

Motivasi AYS sama dengan IWN untuk pembelian properti dengan menggunakan KPR untuk memenuhi kebutuhan investasi pada properti yaitu menjaminkan properti yang dimiliki sekarang untuk dapat menghasilkan aset properti berikutnya. Menurut IWN aset properti disewakan untuk mendapatkan *passive income*, selain itu harga properti semakin meningkat dan dapat dijadikan jaminan di bank, seperti penuturan beliau sebagai berikut.

“Yang pertama tadi kita bekerja untuk mendapatkan aset terus asetnya secara pasif naik harganya, yang kita keluarkan sama biayanya dengan tinggian *capital gain* nya. Yang kedua, mbo..jangan pasif dong, disamping *capital gain* ada yang kita bisa pake disana, nah itu yang kedua. Itu yang saya pake kemarin dengan anda itu, yang kedua lebih karena kemampuan itu.” (IWN, 03 September 2014)

Nara sumber STV bertujuan untuk *take over* dari bank lain dan merupakan rumah pertama.

“Awalnya sih buat ini ya *reference* bunganya itu sih, kan saya dapat bunganya langsung fluktuatif dan tidak bisa di nego di Danamon. Itu rumah yang sama.” (STV, 13 Oktober 2014)

RKY menggunakan fasilitas KPR yang pertama adalah bertujuan *take over* dari bank lain untuk rumah pertama beliau.

“Awalnya biar lebih rendah *fixed* 3 tahun 8,25.” (RKY, 03 Oktober 2014)

“Kalo lewat KPR kita kan gak perlu nyediain dana langsung besar kan, lebih baik kita investasikan didalam bentuk lain kalo seperti ini kan kalo ngambil pake KPR kan, kita beli harga rumah di harga saat ini tapi sebenarnya kita bayar bisa *long term*.” (RKY,03 Oktober 2014)

“Kalo renovasi itu tadi mungkin saya sih lebih *prefer* dana yang ada aku lebih apa..taro di produk investasi gitu dibanding aku habisin untuk renovasi gitu, jadi sebagai tambahan sih sebenarnya aku lebih baik pinjam.” (RKY,03 Oktober 2014)

Dari penuturan RKY diketahui kebutuhan fasilitas KPR yang kedua ini adalah untuk melakukan renovasi rumah, dana yang ada saat ini lebih baik oleh beliau dimasukkan dalam produk investasi. Menurut nara sumber FRY motivasi menggunakan fasilitas KPR di bank yaitu untuk memenuhi kebutuhan beliau yang berkaitan dengan pengembangan usaha, berikut penuturannya.

“Ya, memenuhi kebutuhan yang jelas, memenuhi kebutuhan ya untuk kan saya usaha juga, modal usaha tapi usahanya di Solo ya, yang batik itu kan konveksinya ada di Solo gitu.. trus saya juga ada usaha di luar perusahaan itu renovasi juga, jadi renovasi ya kecil-kecilan aja sih belum besar, saya pribadi, ya rumah tinggal trus saya yang ngerjain biasanya saya bikin RAB nya untuk ajukan ke bank trus sampai selesai.” (FRY,13 Oktober 2014)

Berdasarkan wawancara dengan para nara sumber dapat diketahui bahwa motivasi menggunakan fasilitas KPR di bank yaitu untuk memenuhi kebutuhan masing-masing debitur. Di antaranya untuk pemenuhan kebutuhan akan rumah tinggal yaitu merupakan kebutuhan fisiologis atau primer. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan sekunder di antaranya investasi pada properti, renovasi rumah lainnya dan sebagai modal tambahan untuk pengembangan usaha debitur. Tujuan pemenuhan kebutuhan tersebut sebagai *generic goals* yaitu merupakan tujuan umum yang konsumen pandang sebagai cara untuk memenuhi kebutuhannya yaitu dengan menggunakan fasilitas KPR.

4.2.2 Manfaat dan Keuntungan bagi Debitur dengan Menggunakan KPR

Menurut Kotler dan Keller (2012:12), kebutuhan (*needs*) adalah syarat hidup dasar manusia. Orang membutuhkan udara, makanan, air, pakaian, dan tempat tinggal untuk dapat bertahan hidup. Orang juga memiliki kebutuhan yang kuat akan rekreasi, pendidikan dan hiburan. Kebutuhan-kebutuhan ini menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Keinginan (*wants*) adalah kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.

Menurut Engel, *et al.*, (2006:285), kebutuhan yang dirasakan (*felt needs*) dibedakan berdasarkan kepada manfaat yang diharapkan dari pembelian dan penggunaan produk. Pertama adalah kebutuhan utilitarian (*utilitarian needs*) yang mendorong konsumen membeli produk karena manfaat fungsional dan karakteristik objektif dari produk. Kedua adalah kebutuhan ekspresif (*expressive needs*) kebutuhan yang bersifat psikologis misalnya rasa puas, gengsi, emosi dan perasaan subjektif lainnya.

Untuk mengetahui manfaat yang diharapkan serta keuntungan debitur dengan menggunakan fasilitas KPR, berikut pernyataan dari para nara sumber adalah sebagai berikut.

“Manfaat utamanya kalo secara umum yah itu menyediakan likuiditas. Artinya, yang tadi saya harus nabung uangnya mati di properti, sekarang kan saya bisa pakai uang saya dulu, sebagian saya bayar properti dan sebagian saya pakai untuk likuiditas, bisa macam-macam lah.” (IWN, 03 September 2014)

Dari penuturan IWN diketahui bahwa manfaat yang diharapkan adalah mendapatkan likuiditas secara cepat yaitu pencairan dana dari bank. Dari nara

sumber BRT, manfaat dari fasilitas KPR adalah solusi pembiayaan properti untuk kebutuhan pembangunan rumah atau konstruksi, berikut penuturannya.

“Manfaat yang saya rasakan, ini ya pembelian rumah pertama, yang jelas dari secara finansial ya membantu ya bu. Ya secara finansial manfaat yang diperoleh ya itu bisa *mensupport* membangun rumah.” (BRT,20 September 2014)

“Manfaatnya ya karena kan aku kalo pake KPR bisa beli rumah diharga sekarang tapi gak harus menyediakan dana dalam jumlah besar saat ini juga.” (RKY,03 Oktober 2014)

“Kalo uang *cash* gak punya, jadi kredit gitu kan.” (HNF,08 Oktober 2014)
“Biar kita bisa mengatur keuangan kita ya, gitu aja intinya.” (HNF,08 Oktober 2014)

“Sekarang ada jalur KPR yang saya manfaatin, mau orang punya duit juga sekarang pasti KPR gitu, jarang yang punya langsung, iya dicicil. Trus untuk jaminannya juga ada jaminan asuransinya kebakarannya itu aman. Kalo ada dana mending beli rumah KPR lah itu aja karena saya rasa sih manfaatnya lebih banyak ya, kita juga gak pusing gitu aja sih. Kalo gak KPR mau gak mau kita musti pinjem dana besar baru bisa beli *cash*.” (HNF,25 Oktober 2014)

“Manfaatnya disini, harapannya biar bisa ini aja, apa namanya gak langsung breg ya uangnya kan bisa bertahap gitu sih.” (STV,13 Oktober 2014)

“Ya, sekarang kalo tanpa KPR kita gak bisa punya kendaraan atau rumah kok, itu aja sebenarnya, untuk kebutuhan-kebutuhan yang dananya besar ya kita bisa KPR kan.” (NVT,17 Oktober 2014)

“Keuntungannya sih saya banyak ya, dari nol saya gak punya rumah jadi punya rumah. KPR itu banyak manfaatnya, yang tadinya gak bisa beli apa-apa sekarang bisa beli gitu aja, untuk kebutuhan lainnya itu juga bisa.” (FRY,13 Oktober 2014)

“Manfaatnya uangnya bisa dipergunakan untuk membeli sesuatu yang tadinya kita belum bisa beli kan.” (AYS,25 Oktober 2014)

“Ya, terbantu aja dalam hal ya kita membeli sesuatu kan jadi uangnya ada, tadi kan gak ada.. dalam jumlah yang cukup lah. ya kalo terlalu besar juga enggak lah. Ya dari *cash flow* lebih terbantu ya jadi gak terlalu tersendat.” (AYS,25 Oktober 2014)

“Bunga sih relatif dengan yang lain hampir sama yah, gak terlalu tinggi sekali, hampir sama lah. ya kan sekarang bersaing semua.” (AYS,25 Oktober 2014)

Menurut nara sumber lainnya, yaitu RKY, HNF, STV, NVT, FRY dan AYS manfaat yang diharapkan yaitu pembiayaan properti dari bank tanpa harus menyediakan sejumlah dana yang besar di depan dan dapat diangsur. Selain manfaat yang diharapkan, menurut nara sumber keuntungan yang ingin diperoleh debitur dalam menggunakan fasilitas KPR di antaranya sebagai berikut.

“Jadi begini, secara umum KPR itu kita harus memberikan bunga atau bagi hasil ya, nah ada dua elemen disana, ada biaya yang *fixed* tetap dimuka dan biaya yang sesuai jangka waktu, ya kan. Nah tentunya kalo biaya *fixed* cukup besar maka jangka waktunya harus panjang, kalo gak rata-rata nya jadi tinggi ya kan, gitu. Nah apa..yang *fixed* itu juga ada dua, ada *fixed* di depan dan yang *fixed* dibelakang kena penalti ya kan.” (IWN,03 September 2014)

Dari penuturan beliau dijelaskan mengenai bunga yang akan dibebankan kepada debitur beserta biaya yang harus dikeluarkan untuk kredit pemilikan rumah. Disebutkan biaya *fixed* maksudnya yaitu seperti provisi, biaya administrasi, biaya *appraisal* untuk dibayarkan di depan dan biaya penalti pelunasan yang dibayarkan di belakang jika dilakukan pelunasan lebih awal. Yang dimaksud dengan biaya sesuai jangka waktu adalah biaya asuransi jiwa dengan perhitungan berdasarkan plafon, jangka waktu kredit atau tenor, dan usia debitur. Biaya asuransi kebakaran yang meng-*cover* jaminan properti berdasarkan nilai bangunan dan tenor kreditnya.

“Jadi kalo *fixed* depan belakangnya bisa lebih kecil, maka buat orang-orang seperti saya itu lebih menyenangkan. Jadi dua duanya, jadi depannya yang namanya provisi nya bisa kecil dan yang kedua penalti bisa kecil, tentu buat kita menyenangkan.” (IWN,03 September 2014)

“Ya, sebetulnya itu kan tinggal cara kita melihatnya kan. Anda yang membebankan bulanan atau anda membebankan di depan atau dibelakang ya kan. Kalo anda naikkan bunganya 0,02 - 0,03 % sama saja dengan 12 bulan, provisinya dapat juga kan, betul.” (IWN,03 September 2014)

Menurut penjelasan IWN bahwa keuntungan yang didapatkan dengan menggunakan fasilitas KPR yaitu dari sisi suku bunga dan juga perhitungan dari biaya yang dikeluarkan yang *fixed* di depan dan yang dibayarkan di belakang sesuai dengan jangka waktunya. Jika biaya kredit yang dikeluarkan lebih kecil maka debitur akan lebih menyukai. Dari nara sumber HNF keuntungan dari sisi suku bunganya, berikut penuturannya.

“Keuntungannya ya maunya bunganya rendah dan stabil jadi tidak mengikuti bunga pasar.” (HNF,08 Oktober 2014)

“Keuntungannya kita bisa beli rumah punya rumah dengan cara menyicil itu aja keuntungannya kita gak dibebani cicilan yang besar, sesuai dengan hasil appraisal kemampuan kita, tenor kita keuntungannya itu. Tenornya bisa fleksibel, kalo bisa nanti harapan aja sih kalo bisa bunganya di nego lagi, kalo bisa turun, ini kan udah diskon 2% saya kayaknya keberatan nih, saya ajuin boleh deh turun 10% aja misalkan. Karena daripada 11,5% kita-nya gak mampu nantinya, kita kan gak tau kedepannya gimana kondisi keuangan kita gak tau, mungkin harapannya cuma itu di Bank Commonwealth, karena di bank lain itu bisa begitu, kenapa mau minta turun alasannya apa, jadi dia punya form, ya sudah dikasih tahun ini, tahun depan ya naik lagi ngikutin. Kalo masalah *approve* gak di *approve* beda, ini kan kita cuma ngajuin kalo bisa ya syukur.” (HNF,25 Oktober 2014)

“Manfaatnya kalo bisa bunga turun, artinya tidak terlalu jauh dari BI rate, itu aja sih karena kita tau pasti bank juga pengen untung ya. Kalo liat Commonwealth kan dia di tengah-tengah, yang lain bermain di 13%, 12,5% dia bermain 11,5%, Panin 13,5%. Tapi mereka mainnya gini 1 tahun pertama 10% atau 10,5% *fixed* setahun, tahun ke 2 selanjutnya dia ngikutin *floating* tahunan. Saya pernah Niaga 16% setahun. KPR dari 9,5% lagi pas bunga gede-gedanya tahun 2008 kalo gak salah kan lagi krisis ya ngelonjak jadi 16%. Kaget orang cicilan 1 jutaan hampir 3 juta dulu. Saya minta turun bunga baru 3 bulan di *approve* itu turun 5% baru stabil diangka 12,5%. Di niaga itu kan tahun 2010, kan awalnya 2008 ditawarkan multiguna. Kebetulan lagi butuh dana waktu itu orang tua sakit trus saya ambil, jadi kelihatan perjanjian 2010 padahal tahun 2008 kita sudah nyicil, kan perjanjian baru lagi *top up* multiguna kebutuhan saat itu

membuat saya memilih itu gimana caranya bisa bantu orang tua biaya rumah sakit tinggi kan, orang tua askes kan tapi banyak yang gak di-cover sama pemerintah ya udah saya ambil putusan bantu orang tua menggunakan itu.” (HNF,25 Oktober 2014)

Selain untuk pembelian rumah dan kebutuhan lainnya manfaat dari jaminan asuransi jika terjadi risiko, seperti pernyataan HNF berikut.

“Itu harus ada malah kalo gak ada asuransinya saya malah bertanya mungkin saya malah nyari sendiri karena kita gak tau untuk proteksi kita-nya. Kalo kita kebakaran, kalo kalo bencana alam gak di-cover ya. Itu saya rasa harus ini masukkan bagi *marketing* itu diterangin dari awal biar orang sadar akan asuransi, sama-sama *safety* dari bank juga *safety* dari nasabah juga *safety* ahli warisnya gak dibebani bayar cicilan.” (HNF,25 Oktober 2014)

“Ya, buat semua orang ya bunganya harus rendah, soalnya kalo di bank itu kan sebenarnya bunganya rendah tapi sistemnya semua hampir sama, yang kita harapkan bunganya bener-bener rendah dengan sistem apa pun ya tetep lebih kompetitif, di bawah bank lain gitu.” (FRY,13 Oktober 2014)

“Sebenarnya ini mbak kalo KPR yang saya harapkan sih bunganya itu, dalam arti contohnya kalo yang bank-bank yang terpaku yang dia naik hanya naik, waktu turun kita harus ajuin, kalo ini otomatis kan antara naik atau turunnya otomatis, jadi bukan hanya naiknya otomatis turunnya susah bener, ngikutin juga dong jadi *fear* antara naik atau turunnya. Yang kedua sebenarnya harapan saya itu bebas penalti iya tapi kan di sini saya gak dapat fasilitas itu.” (NVT,17 Oktober 2014)

Dari nara sumber BRT, bahwa beliau mendapatkan keuntungan dari produk KPR adalah solusi pembiayaan properti karena dana yang ada belum mencukupi, sehingga dana yang dimiliki dapat digunakan untuk kebutuhan lainnya, berikut penuturannya.

“Ya, yang jelas sih *budget*-nya kalo pake uang sendiri gak mencukupi, trus kedua, kebutuhan kalo pun ada dananya pun mending dipake operasional sehari-hari dulu, baru yang buat investasi, jadi pun kalo ada dananya kita pake KPR, dana yang cairnya itu bisa tetap ada kita pake buat hari-hari kita, kebutuhan lain, iya gitu.” (BRT,20 September 2014)

Kemudian dari nara sumber RKY bahwa keuntungan yang didapatkan dari menggunakan KPR adalah mengatur *cash flow* keuangan rumah tangga.

“Keuntungannya apa ya, ya itu tadi mungkin *cash flow* saya jadi ter..ini yah terkendali yah, artinya maksudnya kalo harus beli *cash* gitu kan berarti harus nge-*sort* banget sementara kalo lewat KPR kan saya sudah bisa nyisihin tiap bulan harus berapa sih gitu.” (RKY,03 Oktober 2014)

Menurut STV keuntungan dari sisi suku bunga yang *fixed* selama 3 tahun karena dari bank lain sudah waktunya *floating*.

“Ya, *cash flow* pasti, waktu itu dapet *fixed* 3 tahun. Tapi sempet ini sih kita kan 10% cuma waktu itu dikasih 11% ya, nah sebelumnya 10%. Trus saya masukkin dokumen katanya waktu saya masukkin dokumen masih bisa 10%, tapi dokumen saya belum mendukung katanya, akhirnya saya pas udah masukkin apanya gitu jadi naik 11% pas lagi di Commbank. Kalo yang di Danamon kan udah *floating* jadi gak bisa di nego lagi, gak menarik. Secara umum saya udah *compare* Danamon, BRI, BII, kalo BCA gak mau dia itu kan *handover* gak mau karena bukan beli putus. *Handover* ceritanya masih ada cicilan waktu itu kondisinya gitu.” (STV,13 Oktober 2014)

FRY menjelaskan lebih lanjut mengenai keuntungan dari investasi properti di perumahannya.

“Kebetulan rumah yang saya cari ini kan saya sudah tau dulu sebelumnya pengembangannya gitu, pengembangannya ini bakal berlanjut gak, sebenarnya kalo dari awal saya punya modal udah kaya raya sekarang, karena gak ada modal aja, yang dulunya harga 80 juta baru 4 tahun dia bisa jual satu rumah bisa 900 juta, itu dengan mudahnya aja 2010 dia beli 80 juta sekarang 2014 dia jual 900 juta itu jual dengan mudah tempel satu hari, satu minggu udah ke jual cepet kalo disini. Saya sebenarnya banyak cuma kan kelemahan saya itu ya ngatur kebutuhan saya. Saya sebetulnya banyak sasaran saya karena saya gak ada modal untuk berputar jadi susah.” (FRY,13 Oktober 2014)

Dari wawancara tersebut dapat diketahui manfaat yang diharapkan oleh debitur dengan menggunakan fasilitas KPR, yaitu sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan (*felt needs*) dibedakan berdasarkan kepada manfaat yang diharapkan dari pembelian dan penggunaan

produk. Kebutuhan utilitarian (*utilitarian needs*) yang mendorong debitur untuk membeli produk karena manfaat fungsional dan karakteristik objektif dari produk. Manfaat yang diharapkan oleh debitur dengan KPR adalah menyediakan likuiditas dana lebih cepat yang dapat dipergunakan untuk pembelian properti, membantu debitur dari sisi keuangan untuk memiliki rumah tetapi tidak mempunyai uang secara tunai dalam jumlah besar dan dapat diangsur, mengatur *cash flow* keuangan debitur, serta manfaat dari asuransi jika terjadi risiko dengan debitur dan properti yang dijamin. Keinginan (*wants*) debitur yaitu di antaranya mendapatkan keuntungan dari sisi suku bunga yang kompetitif dan stabil, dapat mengajukan permintaan penurunan suku bunga, biaya kredit yang lebih rendah, dapat menyimpan dana untuk kebutuhan lain, *cash flow* debitur menjadi terkendali dan selain itu keuntungan lainnya adalah dari investasi properti yang semakin meningkat.

4.2.3 Sumber Informasi Debitur Mengenai Produk KPR

Pada pencarian informasi mengenai produk konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber, menurut Kotler dan Keller (2012:188) sumber-sumber informasi ini meliputi: sumber pribadi yaitu keluarga, teman, tetangga, rekan. Sumber komersial yaitu iklan, situs Web, wiraniaga. Sumber publik yaitu media massa, organisasi pemeringkat konsumen. Sumber pengalaman yaitu penanganan, pemeriksaan dan penggunaan produk.

Untuk mengetahui sumber informasi produk KPR dari wawancara dengan para nara sumber yaitu sebagai berikut.

“Kalau Commonwealth si gampang aja, si Ales aja telpon saya, lebih karena *personal sales, personal selling* dari si Ales. Tapi secara umum ya orang-orang untuk KPR sih tau dari media masa, kalo saya kan khusus, Ales kan mahasiswa saya.” (IWN,03 September 2014)

Berdasarkan IWN sumber informasi yang didapatkan dari *personal selling* yaitu pegawai bank yang sudah mempunyai hubungan baik sebelumnya dengan beliau. Sumber informasi tersebut merupakan sumber pribadi di mana pegawai bank tersebut adalah merupakan anak didik beliau. Dari nara sumber BRT sumber informasi mengenai produk KPR, berikut penuturannya.

“Ya, pertama ya karena saya nasabah di Commbank juga jadi sempat tanya-tanya Commbank juga, tapi gak cuma satu bu, jadi ada beberapa yang saya sebar. Saya apa..saya cari informasinya dan saya coba masukkin mana yang bisa jalan duluan gitu, ya kan saya juga butuh cepet waktu itu.” (BRT,20 September 2014)

Dikatakan bahwa beliau adalah nasabah *existing* di Bank Commonwealth, pertama mendapatkan informasi mengenai produk KPR dari cabang Bank Commonwealth, penuturannya di bawah ini.

“Pertama saya ke bank cabang dulu, cuman cabang kalo gak salah yang di Sunter ya, yang di Sunter tuh gak *follow up*. Trus akhirnya coba yang lewat arsitek saya ni, dia kenal juga di Commbank katanya yang di Sudirman. Saya dapet *contact* nya dari arsitek saya gitu, ya udah saya masukkin juga, dia *follow up* cepet juga. Kalo yang dari Commbank di Sunter ya bu, kalo yang di Sudirman dari arsitek. Jadi informasi dari arsitek saya.” (BRT,20 September 2014)

Menurut penuturannya selain itu, beliau mendapatkan informasi produk KPR dari rekan arsitek yang memberikan *contact personal* pegawai Bank Commonwealth yang dikenalnya sehingga proses KPR dapat ditindaklanjuti oleh beliau.

“Ya, kebetulan sih bareng ya. Satu saya nasabah, kedua ya dia *refer* dari temennya dia, dia juga di Commbank jadi saya konfirmasi bu. Dia bilang di Commbank, saya juga nasabah Commbank, kan di banyak informasi KPR itu apa, *free* admin atau apa ya KPR Bebas, itu kan saya bisa nge-

link, di saat dia nawarin dari temennya di Commbank, oh, ini saya tau ada, jadi saya bisa *follow up* gitu.” (BRT,20 September 2014)

Selain itu, menurut BRT mengetahui produk KPR dari sumber komersial yaitu *website* bank sehingga mengetahui atribut produk KPR Bank Commonwealth. Sebelumnya beliau juga sudah mempunyai produk lainnya di Bank Commonwealth yaitu produk investasi untuk rencana keuangan keluarga, jadi dengan mudah mendapatkan akses informasi produk lainnya yaitu melalui *website* bank. Jadi terdapat dua sumber informasi mengenai produk KPR, yaitu *website* Bank Commonwealth dan referensi dari rekan bisnisnya.

“Emang sih..kita tuh di Commbank ada, kita kan dulu *financial planner* di QM, dia tuh untuk reksadana banyak di Commbank, karena kita udah lama pake Commbank untuk reksadana. Ya, kita dapet akses informasinya lebih cepet gitu, waktu kita melihat produk lain. Oh ada ya ini ada gitu, kebetulan *link*-nya jadi satu.” (BRT,20 September 2014)

“Arsitek saya bilang kita juga pernah pake reksadana ke Commbank juga ada, saya udah nasabah Sunter. Beli produk nya aja, jadi kita beli produk reksadana tuh ada beberapa produk dana prestasi, perorangan sama istri buat *family planner*, buat sekolah anak, buat pensiun, *wealth management*.” (BRT,20 September 2014)

Dari wawancara dengan nara sumber RKY juga mendapatkan informasi mengenai produk KPR dari internet, penuturannya berikut ini.

“Sumber informasi ya, biasanya aku rajin *browsing* sih, gitu. Dari internet ya berarti, kalo dari *billboard* gak terlalu banyak juga bank-bank. Paling itu, kebetulan aku kan juga di *Consumer Loan*, kebetulan *benchmark* juga kan, membandingkan dengan bank lain, bunga, maupun biaya-biaya gitu loh.” (RKY,03 Oktober 2014)

Selain itu pengalaman dari fasilitas KPR pertama di Bank Commonwealth, beliau menambahkan sebagai berikut.

“Mungkin *experience* karena yang pertama ya lancar gitu, jadi oke kenapa gak coba ambil lagi gitu.” (RKY,03 Oktober 2014)

Nara sumber HNF mendapatkan informasi produk KPR yaitu selain dari internet juga mencari informasi lebih lanjut ke *call center* bank.

“*Browsing*, ya telpon *call center*, *browsing* dulu, *e-mail*.” (HNF,08 Oktober 2014)

“Ya sumbernya dari internet semua bank saya *browsing*, saya telponin dari Bank Panin, BNI, trus BRI saya coba BTN, saya coba juga Bank Danamon. Semua internet saya telponin semua, Commonwealth juga saya *call*, semua ke *call center*, tapi gak hari itu semua jadi selama 2 minggu saya ada waktu. Semua *marketing follow up* gak ada yang gak *follow up* dan semuanya *e-mail*, cuma entah kenapa kok dari Commonwealth bunganya bagus ada diskon 2% saya baca trus saya kaji.” (HNF,25 Oktober 2014)

“Temen, dari temen, adek temen saya di Commonwealth di IT nya. Ya dia yang kasih tau, dia juga pake Commonwealth. Dia KPR Commonwealth juga terus dia kasih tau informasinya ke saya. Adeknya kebetulan di Commonwealth kerja disana.” (NVT,17 Oktober 2014)

“Saya langsung telpon waktu itu ke *call center* tau-tau udah langsung diarahin ke Mbak Eka. Ke *call center* saya tanya ke *call center* tapi kayaknya gak lama gak lebih dari 3 hari dapat respon itu, gak lebih dari 3 hari seinget saya langsung ditelpon Mbak Eka, saya gak tau kan internalnya gimana tapi gak lebih dari 3 hari seinget saya.” (NVT,17 Oktober 2014)

NVT mendapatkan informasi awal dari teman di tempat kerja dimana sudah mempunyai produk KPR di Commonwealth dan setelahnya menghubungi *call center* untuk mendapatkan tindak lanjut proses KPR. Menurut STV mendapatkan informasi produk KPR melalui internet dan datang ke cabang bank, selain itu juga dari pegawai bank, penuturannya berikut.

“Cari sendiri melalui internet dan datang ke bank nya.” (SVT,13 Oktober 2014)

“Ryan kan dateng, eh mau dibantu gak? Ternyata lebih katanya mudah, gampang gitu sih.” (SVT,13 Oktober 2014)

“Dari Ryan, sebenarnya awalnya gak tertarik sama Commbank, Ryan memperkenalkan Commbank itu. Beberapa fasilitas yang dipermudahlah sama dia.” (SVT,13 Oktober 2014)

Nara sumber FRY mendapatkan informasi produk KPR dari internet, berikut penuturannya.

“Saya sih kebetulan di rumah ada *wi-fi* internet, jadi saya ngandelin internet aja, saya sama koran ya. Saya kan langganan koran Kompas, ya koran dan internet. Karena kebanyakan temen-temen saya kalo saya tanya juga hampir mayoritas dari internet atau dari media aja, kalo koran setiap hari apa, hari ini ya pasti ada KPR.” (FRY,13 Oktober 2014)

Selain itu beliau juga mendapatkan informasi KPR melalui pegawai bank di mana beliau kenal sebelumnya.

“Ya, saya kan kenal Pak Irfan dulu itu Citibank dia, jadi dia dulu Citibank kenal Pak Irfan karena pembayaran saya lancar itu gak ada masalah apa-apa jadi *record* saya itu kan lancar.” (FRY,13 Oktober 2014)

“Tadinya saya kenal Pak Irfan, Pak Irfan mengutarakan saya ada di Commonwealth sekarang, gitu ya, saya bingung tadinya bank apa Commonwealth, waktu itu bank apa, saya tanya. Lah sebelum saya proses itu saya lihat dulu *company profile*-nya Commonwealth di internet. Oh ini bank asing dari Australia ya, nah itu saya rekam jejak nya saya lihat, oh ya. Kan orang kan jaminin juga gitu kan, dari bank takut gak dibayar, konsumen itu takutnya juga sama, takutnya bank ini bener gak, gitu kan jangan-jangan sertifikat saya dibawa kabur.” (FRY,13 Oktober 2014)

Berbeda lagi oleh penuturan nara sumber AYS, berikut ini.

“Saya lihat di cabang waktu itu yah ada kayak apa namanya yang digantung-gantung itu ya, kan ada selisih 2% atau apa itu tanpa penalti. Ya sempet nanya, baru mereka yang *follow up* kan setelah saya tanya cabang. Pertama kali yang saya tanya di cabang BSD ternyata yang pegang *account* saya Agung, baru di *contact* ke Agung. BSD karena saya kan suka ke sana, dari Agung baru dibawa ke kamu.” (AYS,25 Oktober 2014)

Dari wawancara dengan para nara sumber diketahui bahwa sumber informasi yang mengenai produk KPR yang didapatkan oleh debitur melalui berbagai sumber. Di antaranya dari sumber publik dan komersial yaitu *call center* bank, situs Web internet, iklan di surat kabar yaitu koran. Nasabah *existing* bank mendapatkan informasi dari staf kantor cabang bank dimana sering melakukan

transaksi keuangan. Dari sumber pribadi yaitu dari teman kerja, rekan bisnis, dan pegawai bank yang sudah mempunyai hubungan yang baik dengan debitur. Sumber pengalaman dari penggunaan produk, yang sudah mempunyai fasilitas KPR sebelumnya di bank yang sama.

4.2.4 Sumber Informasi yang Paling Memengaruhi Debitur dalam Pemilihan Produk KPR

Untuk mengetahui sumber informasi yang paling memberikan pengaruh terhadap debitur, berikut wawancara dengan para nara sumber.

“*Personal selling* dari Ales”. “Udah Pak Iwan, saya urusin”, si Agung bilang. “Ah yang bener gung? Ya udah saya ambil.” (IWN,03 September 2014)

Menurut IWN sumber informasi yang paling memengaruhi beliau yaitu pegawai bank. NVT mengatakan sumber informasi yang paling memengaruhi adalah dari teman kerja beliau.

“Info dari temen, ya dong, anak buah saya. Ya dia yang kasih tau, dia juga pake Commonwealth. Dia KPR Commonwealth juga terus dia kasih tau informasinya ke saya. Adeknya kebetulan di Commonwealth kerja disana. Bunganya bagus, dan juga fasilitas bank nya itu dan prosesnya juga cukup mudah.” (NVT,17 Oktober 2014).

Dari nara sumber BRT sumber informasi yang paling memengaruhi yaitu berikut penuturannya.

“Kombinasi, dari latar belakang bank-nya saya udah tau, pernah pake untuk reksadana, trus dari arsitek konfirmasi. Kenal arsitek baru pada saat bangun rumah ini sih, dia punya *background* bangun-bangun hotel gede dan butuh cepet. Dia bilang ini termasuk yang bagus dan oke dia bilang.” (BRT,20 September 2014)

Menurut beliau mempunyai pengalaman memiliki produk bank lainnya sehingga mempunyai rasa kepercayaan dan kenyamanan bertransaksi, juga direkomendasikan oleh rekan bisnis yaitu arsitek yang dikenalnya dimana mempunyai latar belakang usaha yang cukup bagus.

Menurut nara sumber di bawah ini, sumber informasi yang paling memengaruhi untuk pemilihan produk KPR yaitu dari internet *website* bank, berikut penuturan dari para nara sumber.

“Dari *website*, jadi pertama biasanya kan memang kita ada *benchmark* gitu kan sama bank lain, biasanya kita *benchmark* nya Bank Mandiri terutama gitu kalo yang lokal Bank BCA, BNI. Tapi kalo apa..Commbank gak terlalu kita *benchmark* karena mungkin dari ini nya juga beda, maksudnya ini kan lokal banget Mandiri, kalo asing agak berbeda. Kemudian dari situ ya aku coba *browsing* informasi produk internet nya seperti apa sih gitu.” (RKY,03 Oktober 2014)

Beliau menjelaskan lebih lanjut.

“Ya, karena berbeda pasti karena *market share*-nya, apa..bersaing dengan kita kan yaitu kita kan BTN, BCA, BNI, BRI dari *market share*-nya. Ya itu dari *market share*-nya jadi kalo di bank asing belum terlalu besar gitu *market share*-nya jadinya kita gak terlalu melihat gitu, jadi lebih ngejer yang gimana sih cara ngambil *market share* yang besar.” (RKY,03 Oktober 2014)

“Kalo dari temen nggak sih, malah justru tanya kenapa sih di Commbank, soalnya temen saya kalo gak banyakan di Mandiri sendiri pasti di BCA, atau BRI lebih ke bank lokal.” (RKY,03 Oktober 2014)

Penuturan yang sama oleh nara sumber HNF.

“Dari internet sih, karena kalo dari omongan sih gak percaya. Pokoknya dari internet, dari milis-milis, ada milisnya cari aja, KPR di Commonwealth Bank, rata-rata sih mereka tanggapannya positif ya.” (HNF,08 Oktober 2014)

“Dari internet lebih bagus malah usulan di internet kerja sama aja sama detik.com untuk iklannya bagus orang lihat KPR Bebas aja di klik, itu kan bagus. Gong nya kurang kalo kita masuk Commonwealth baru kelihatan KPR Bebas.” (HNF,25 Oktober 2014)

Dari nara sumber FRY mengatakan hal yang sama, bahwa sumber informasi yang paling memengaruhi yaitu melalui internet.

“Saya internet, karena kalo internet itu saya lebih tenang, saya lebih bisa liat syaratnya apa, kesulitannya apa, bisa bandinginnya tuh lebih tenang gitu. Saya *copy* dulu syaratnya itu hampir semua orang gitu ya kalo yang punya internet, yang mau KPR pasti dibandingin dulu semua informasinya dikumpulin.” (FRY,13 Oktober 2014)

Beliau menambahkan bahwa yang juga memengaruhi adalah pegawai bank yang memberikan informasi.

“Sebelum Pak Irfan saya sebenarnya udah..udah bandingin semua, tapi bank ini “gimana Pak?” dia ngejar-ngejar saya, dia aktif, Pak Irfan nya yang aktif, dari bank-nya itu aktif, makanya saya oh ya udah ini aktif Pak Irfan, kalo bank lain kan aktifnya cuma beberapa kali aja. Pernah ke rumah dua kali malah.” (FRY,13 Oktober 2014)

STV juga mengatakan bahwa sumber informasi yang paling memengaruhi, yaitu dari pegawai bank di mana mempunyai hubungan pertemanan.

“Sebenarnya sih waktu itu denger dari Ryan aja, kan waktu itu Ryan pernah kerja di sini juga Visionet, pernah kerja bareng juga karena saya merasa saya percaya sama dia ya karena berteman gitu.” (STV,13 Oktober 2014)

Berbeda lagi dari nara sumber AYS, beliau merupakan nasabah *existing*.

“Ya itu karena saya sudah ada ikatan dengan Commbank jadi lebih mudah gak berbelit-belit ya kalo dalam proses, Agung cukup aktif ya *follow up* dia, tapi kalo secara rutin memang gak terlalu banyak masalah gak terlalu berhubungan ya, tapi ketika ada proses mereka cukup aktif ya.” (AYS,25 Oktober 2014)

Dari wawancara tersebut diketahui bahwa sumber informasi yang paling memengaruhi debitur dalam pemilihan produk KPR, yaitu ada yang bersumber dari pribadi, sumber publik, dan sumber komersial. Informasi dari sumber pribadi di antaranya pegawai bank yang mempunyai hubungan yang baik dengan debitur, referensi dari relasi bisnis, referensi dari pertemanan di lingkungan tempat kerja.

Sumber publik komersial melalui situs Web bank, dan sumber publik dari media sosial.

4.2.5 Fokus Perhatian Debitur Terhadap Atribut Produk KPR

Produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Atribut produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:254) adalah pengembangan suatu produk dan jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Oleh karena itu penting untuk mengetahui atribut produk KPR yang menjadi perhatian debitur yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut wawancara dengan para nara sumber mengenai atribut produk KPR yang menjadi perhatian debitur.

“Sebetulnya sih kalo saya lihat waktu orang mau ambil pinjaman dia harus mencari apa..bank yang sesuai sama dia, sesuai dengan dia itu artinya ada yang lebih mementingkan keramahan, ada yang mementingkan murah, ada yang lebih mementingkan fleksibilitas, ada yang lebih mementingkan tidak ribet. Jadi ya cari yang paling sesuai ya.” (*IWN,03 September 2014*)

“Yang saya pikirkan apa..kemudahan, sama itu tadi, bebas tadi, si Agung bilang, udah Pak Iwan, saya yang urusin.” (*IWN,03 September 2014*)

Menurut IWN atribut KPR yang menjadi fokus perhatian beliau adalah kemudahan yang didapatkan yaitu melalui pegawai bank yang beliau kenal dengan baik, dan dapat melayani secara personal kebutuhan transaksinya sehingga segala urusan perbankan yaitu proses pengajuan kredit dapat berjalan dengan baik. Beliau juga menambahkan pendapat mengenai atribut produk KPR dari sisi suku bunga bank yang diberikan kepada debitur yaitu dari sudut pandang beliau

mengenai kemampuan membayar dalam jangka panjang dari debitur, berikut penuturannya.

“Nah sebetulnya ada hal yang ketiga lagi yang banyak bank tidak memperhatikan, yaitu dalam jangka panjang kemampuan daripada si konsumen si nasabah untuk membayar cicilan akan meningkat. Pada saat yang sama harga propertinya juga meningkat, artinya, harusnya bisa dibuat cicilan yang awalnya kecil kemudian makin lama makin naik. Fitur itu jarang sekali dibuat oleh pihak bank ya kan. Penghasilan pasti naik, properti juga harganya naik, gak ada salahnya dinaikin cicilannya. Jadi itu tiga fitur nya yang menurut saya penting sehingga saya ambil ini.” (IWN, 03 September 2014)

Nara sumber IWN juga menambahkan mengenai pengalamannya pada saat pengambilan kredit di bank yang lain. Beliau mendapatkan informasi yang tidak jelas sehingga menjadi *missed selling* dan membuat debitur merasa dirugikan.

“Karena saya punya pengalaman kurang bagus di Citibank, pertama kali saya masuk Citibank, apa..saya ambil KPR di Citibank dia pakai *annual rest*. Artinya dia membebaskan bunganya secara *annually*, jadi setiap *anniversary* dia bebaskan bunga untuk satu tahun. Kapanpun anda bayar itu disuruh bayar bunga satu tahun, jadi bayar cicilan bulan ke-26, rugi banget..karena baru bayar 26 bulan tapi bukan bayar 26 bulan tapi bayar buat 36 bulan bunganya, itu *loan* jaman dulu sekarang sudah berubah, kayak KPR waktu itu, jaminannya bukan rumah waktu itu, tapi maksud saya cara perhitungan seperti itu kan menyesatkan.” (IWN,03 September 2014)

Berdasarkan pengalaman yang dialami beliau bahwa informasi yang benar dan akurat dari pihak bank yaitu pengetahuan pegawai bank terhadap produk sangat penting agar tidak merugikan pihak debitur. Apabila terjadi *missed selling*, maka akan membuat reputasi dan kredibilitas bank tersebut menjadi buruk.

Menurut nara sumber IWN mengenai pertimbangan atribut suku bunga dan biaya kredit adalah sebagai berikut.

“Saya tidak terlalu memikirkan biaya kredit, yang saya pikirkan apa..kemudahan, sama itu tadi, bebas tadi, si Agung bilang, “Udah Pak

Iwan, saya yang urusin.” “Ah yang bener gung? Ya udah saya ambil. Saya ga tanya bunganya berapa, saya ga tanya, karena buat saya dengan demikian gak pusing-pusing pikiran, mau saya bayarnya kapan, nanti dampaknya apa..gitu.” (*IWN,03 September 2014*)

Menurut penuturannya bahwa beliau tidak terlalu mempertimbangkan biaya kredit dan bunga yang harus dibayarkan. Dengan apa yang dibayarkan tersebut, debitur mendapatkan pelayanan bank yang sesuai dengan kebutuhannya yaitu pelayanan yang baik dari pegawai bank serta kemudahan dalam proses kredit.

Menurut nara sumber BRT atribut KPR yang menjadi fokus perhatian adalah proses kredit yang cepat dan plafon kredit sesuai dengan kebutuhan.

“Cepet, produk sesuai dengan kebutuhan di sisi *amount plafond*.” (*BRT,20 September 2014*)

Menurut BRT atribut produk KPR, suku bunga tetap dipertimbangkan namun bukan sebagai prioritas utama.

“Ya, dipertimbangkan juga sih bu, cuman kan beda-beda tipis lah gak terlalu, bukan prioritas utama tapi tetap dipertimbangkan. Suku bunga relatif sama, walaupun beda dikit beda mahal dikit tapi kalo ditutup sama bebas penalti kan ketutup jadinya. Apalagi kalo ditambah sama cepetnya, lain lagi ceritanya itu udah nomor ke sekian.” (*BRT,20 September 2014*)

Berbeda dengan penuturan nara sumber RKY sebagai berikut.

“Ya yang pertama karena program bunganya gitu sih, trus yang kedua itu kemudahan pada saat proses.” (*RKY,03 Oktober 2014*)

Bahwa dengan tujuan *take over* KPR dari bank lain atribut yang menjadi fokus perhatian adalah suku bunga dan juga kemudahan proses KPR, berikut penuturannya lebih lanjut.

“Karena waktu itu promo bunga *fixed* 5 tahun 11% dulu banget, kan lumayan ya. Kemudian juga dia itu ada angsuran tetap 1% dari limit selama 5 tahun. Jadi sama dengan bunga *fixed*-nya, aku tertariknya waktu itu karena itu. Tapi sebenarnya waktu itu kan belum lewat juga kan, maksudnya belum lewat 5 tahun kan, tapi kok dipikir-pikir lama banget ya

turunnya lama, iya penurunan *outstanding*-nya lama. Lagi pula kemaren kenapa ya, kayaknya apa mungkin dari pelayanan. Gitu jadi kalo yang agak susah dikit aku kadang males gitu, pelayanan pas lagi proses.” (RKY,03 Oktober 2014)

Beliau menambahkan penjelasan mengenai pelayanan proses kredit yang cepat dan tanggap seperti memberikan informasi yang aktif dan responsif.

“Kebetulan sebelum Mbak Eka kayaknya aku pernah dilayani sama yang sebelumnya, tapi gak lama pas pengajuan ke Commbank trus masih *so so* sih maksudnya dia gak terlalu. Beda lagi pada waktu BNI yang ke dua itu, sales yang apa..yang *handle* saya waktu KPR pertama itu dia udah gak *handle* lagi makanya dialihkan ke orang lain, orang yang menggantikan itu dia susah dihubungi, gitu kan. Jadi saya nanya apa, *follow up*-nya lama kadang gak bisa dihubungi gitu. Commbank sebelum Mbak Eka hmm..lupa, tapi gak lama. Pokoknya saya waktu itu ke *call center* trus ninggalin nomor *handphone* saya dihubungin gitu, tapi abis itu ke Mbak Eka. Terus terang aku suka maksudnya pelayanan cepet informasi apa yang aku butuhin, Mbak Eka *responsive* gitu sih.” (RKY,03 Oktober 2014)

Pertimbangan atribut produk KPR biaya penalti pelunasan berikut dari nara sumber BRT.

“Itu menarik sih bu, tapi pada saat itu *sense*-nya mana yang cepet keluar duluan, emang yang dirasakan pada saat berhasil ya itu baru berasa lah. Cuman kita butuh cepet jalan..itu belum..tapi kalo pada saat pelunasan itu baru berasa sih bu, kita *aware* itu cuman itu tambahan aja, awalnya bukan itu, ada..yaa syukur, gak ada ya gak apa-apa, kita butuh segera cair lah.” (BRT,20 September 2014)

Penuturan mengenai biaya kredit oleh RKY.

“Karena aku tau data *benchmark* itu sampai dengan biaya berapa persen rata-rata sih sama aja.” (RKY,03 Oktober 2014)

Menurut nara sumber NVT yang mempunyai tujuan yang sama dengan RKY, yaitu *take over* kredit, atribut produk KPR yang menjadi fokus perhatian adalah dari sisi suku bunga, berikut penuturannya.

“Suku bunga kenapa sebenarnya yang paling berpengaruh, harga itu apa yang kita bayar itu suku bunga, pasti paling pertama tuh suku bunganya dulu. Terus itu tadi masalah suku bunganya *fear* naik, naik turun ya ikut

turun, iya jadi gak naiknya doang yang otomatis turunnya juga otomatis.” (NVT,17 Oktober 2014)

Beliau juga menambahkan proses pelunasan yang mudah dan biaya penalti pelunasan merupakan atribut produk yang dipertimbangkan.

“Terus katanya proses untuk pelunasan sebagian itu juga mudah gak sulit, cuman sayangnya penalti. Dan penaltinya kalo gak salah berubah tadinya lebih kecil dibanding yang saya dapatkan. Waktu awal-awal itu terus naik terus berubah itu waktu saya awalnya kontak Mbak akhirnya ada kebijakan baru trus malah berikutnya jadi bebas.” (NVT,17 Oktober 2014)

Dengan membandingkan atribut produk KPR bank lain, BRT mengutarakan bank mana yang lebih cepat mengeluarkan persetujuan KPR.

“Ya saya ngajuin di bank lain juga sambil jalan bu, saya pengen tau dari bank-bank itu mana yang cepet duluan bisa mengeluarkan produknya buat saya.” (BRT,20 September 2014)

Berbeda dengan RKY yang mengatakan bahwa suku bunga yang menjadi pertimbangan pertama dari bank lain, selanjutnya yaitu kemudahan proses KPR, seperti penuturannya sebagai berikut.

“Iya dong, ini sebenarnya saya hampir ke BRI yang ke dua ini, udah kenalan juga sama *sales*-nya, trus apa namanya karena bunganya mereka lagi murah juga, tapi emang *fixed*-nya sampai 2 tahun 10,25%, 9,5% *fixed* 1 tahun, gitu..tapi temen yang banyak pake BRI bagus kok dari mulai *appraisal* segala macam. Satu yang bikin akhirnya gak jadi itu..saya diminta *copy* sertifikat yang sudah atas nama saya, ya itu kan saya sampe sekarang belum punya waktu untuk hubungi BNI-nya lagi gitu, nah seingat saya waktu di Commonwealth gak seribet itu kayaknya waktu itu, pokoknya gak ribet deh, Mbak Eka sendiri yang konfirmasi ke BNI.” (RKY,03 Oktober 2014)

NVT juga mengatakan hal yang sama mengenai atribut suku bunga dan kemudahan proses kredit, berikut penuturannya.

“Ya saya bandingin bank lain dong, ya kan saya cari yang terbaik juga, secara proses, ya terutama suku bunga dan kemudahan prosesnya sendiri sampai *deal*-nya. Kita lihat yang lain kok susah juga, misalnya responnya

lambat kelamaan ya agak lambat susah dapat informasinya. Tapi pertama sih tetep suku bunga.” (NVT,17 Oktober 2014)

Beliau menambahkan penjelasan berikut ini.

“Saya dengan OCBC, *parallel*. Waktu itu hanya dengan OCBC, itu kan pindah dari Bank BRI, ya cuman OCBC kok bandingin. Hmm..OCBC karena saya punya rekening di sana sih, makanya saya coba. Bunga lebih tinggi kan dia, jadi waktu dibentuk kayaknya dia lebih kecil deh yang dia bisa akomodasi kalo gak salah cicilan, bunga lebih tinggi jadi lebih lama.” (NVT,17 Oktober 2014)

Dari nara sumber HNF yang menjadi fokus perhatian atribut produk KPR adalah sebagai berikut.

“Apa pun bank nya ya terserah..kalo di suruh milih ya mau nya sih ya BTN, ke BRI gitu. Cuma persyaratannya itu yang bikin ribet ya saya bilang. Dia dari sisi pertama KTP, KTP kalo dulu kenapa gak bisa ambil ke BTN karena saya pake KTP daerah, ya terus terang aja ke Niaga bisa karena dia gak lihat itu. Dia lihat kerja dimana, lama bekerja, penghasilan berapa, trus posisi lokasi rumahnya dimana, udah jalan gitu, dia lihat dari sisi penghasilan.” (HNF,08 Oktober 2014)

“Kalo di Commbank enggak sih, sama lah kalo bank swasta lain sama bank asing itu gak meribetkan *customer* kalo saya liat sih. Tapi kalo bank pemerintah seperti itu sesuai KTP.” (HNF,08 Oktober 2014)

Beliau menambahkan mengenai persyaratan dokumen yang lebih fleksibel, dan juga atribut produk KPR suku bunga dan proses kredit yang cepat dengan tenor yang tidak terlalu lama.

“Itu diskon 2%, suku bunga”. “Saya maunya proses cepet aja, kalo bisa proses dipercepat. Kalo tenor ya itu gak mau lama-lama maksimal ya tadi 12, 13. Yang kedua kalo dipercepat gak kena penalti, ya itu.” (HNF,08 Oktober 2014)

Beliau juga mempertimbangkan penawaran produk KPR, selain itu pegawai bank memberikan respon cepat dan tanggap dalam proses kredit dan memberikan solusi yang baik untuk debitur, penuturannya berikut ini.

“Programnya pertama KPR Bebas, terus terutama *marketing*-nya juga gak nyerah lah gitu masih mau nge-bantu cari solusi sebaiknya begini ngasih masukkan *advice*-nya bagus intinya disitu. Ada yang *marketing* ya udah gak lengkap dokumennya gak di-*follow up* karena mungkin dia punya nasabah yang lain kan, ini enggak putus gitu, itu masukkan akan rekomendasilah. Kayak Panin saya gak di-*follow up*, Danamon juga gak di-*follow up* dia pertama minta KTP aja, dia mau BI *check*, BI *check* bermasalah jadi gak bisa.” (HNF,25 Oktober 2014)

HNF mengatakan agar dapat menyatukan semua kewajiban hutang beliau dalam satu fasilitas.

“Kayak aku sekarang KTA gak mikirin lagi, satu, ya udah anggap lah KPR plus KTA udah semua, memang kalo dilihat dari jangka panjangnya rugi cuma dilihat jangka pendeknya kita kan gak capek gak stres, tapi sayangnya dapetnya juga gak sesuai harapan kita tapi ya gak apa-apalah semuanya udah di-*cover* di satu tempat.” (HNF,25 Oktober 2014)

HNF juga mempertimbangkan atribut biaya penalti pelunasan.

“Yang penting banget kalo saya punya rejeki pasti mau nutupin, nutupinnya gak kena penalti bank lain kena ya, kita gak tau siapa tau tahun depan akhir tahun dapat dana 100 juta, 50 juta boleh dong saya cicil mengurangi angsuran, intinya bisa ngurangin angsuran deh tau mengurangi tenor dan tidak kena penalti, lumayan loh penaltinya bisa beli *Galaxy* baru.” (HNF,25 Oktober 2014)

Dari nara sumber FRY fokus perhatian terhadap atribut produk KPR adalah sebagai berikut.

“Saya kan sering kredit di bank kalo persyaratan gak masalah, masalah dari saya itu di suku bunga, tenor kredit dan proses kredit, itu aja sih.” (FRY,13 Oktober 2014)

Beliau menjelaskan lebih lanjut.

“Saya KPR itu kan hampir banyak bank ke sini, saya bilang banyak bank ke sini makanya saya pilih-pilih dulu, Panin Bank, Mayapada, yang swasta-swasta BCA *rate*-nya tinggi, bukan KPR nya yang tinggi tapi BCA misinya itu nilai investasi plafonnya tinggi bisa 500 sampe 1 M gitu. BII, BRI, kemaren BTN, Bank Muamalat saya bandingin gitu saya tanya orang juga. Kalo prosesnya lebih cepet pasti menguntungkan buat konsumen, kalo bank itu kan prosesnya lama biasanya 2 sampe 1 bulan. Lha..saya baru tau baru kali ini ya ke Commonwealth bank bisa cepet, biasanya 1

bulan bisa 2 bulan. Lha..itu temen-temen saya itu mau KPR itu malesnya hampir rata-rata karena prosesnya lama itu aja, karena kebutuhan orang kan mendesak kadang, udah di-*planning* tapi prosesnya lama, itu aja sih.” (FRY,13 Oktober 2014)

FRY menambahkan penjelasan mengenai atribut produk KPR yang dipertimbangkan adalah antara lain persyaratan dokumen untuk pegawai tetap.

“Temen-temen saya perbincangkan kalo persyaratan sudah lama saya kredit bank, jadi saya gak apa namanya..semua sudah ini sudah saya persiapkan matang. Kalo dari temen-temen saya itu kalo mau KPR takutnya memang persyaratan sama dia kerja kontrak itu aja. Kerja kontrak padahal dia kan slama ini juga gak di pecat-pecat tuh, kontrak terus. Nah itu kesulitan orang sebetulnya orang itu mampu. Kalo temen-temen saya di kantor itu banyak yang mau KPR, ingin punya rumah itu semua orang hampir pingin ya kan, cuma syaratnya satu kalo udah kontrak dia udah lemes. Padahal kalo menurut saya sih sekarang belum ada terobosan yang misalnya karyawan kontrak, harusnya salah satu referensi kalo pun kontrak itu ada apa itu, kayak sodaranya ya kan jaminannya.” (FRY,13 Oktober 2014)

Beliau menjelaskan lebih lanjut.

“Sekarang ini yang banyak itu BPR, Bank Perkreditan itu rame saya liat di internet itu naik terus dia, *surplus*-nya naik terus, karena dia main hajar aja, orang karyawan kontrak dihajar. Gak terlalu ribet, dia cuma KTP, KK trus surat keterangan perusahaan tetap, gaji dia tetap gitu. Perkreditan itu dia dengan jaminan beli rumah dimana, dia mau beli rumah ya udah sertifikat rumah dia yang dijaminan rumah yang mau dibeli ya. Kalo mobil ya BPKB, bisa BPR itu *surplus*-nya naik. Walaupun saya bukan orang bank, temen-temen saya itu malah bukan ke KPR bank, ke BPR bunganya tinggi dia berani karena gajinya misalnya jangankan 30%, 50% saya bisa atau 20% saya bisa istilahnya. Makanya dia berani bunganya tinggi gak apa-apa kan dia dapet rumah. Makanya kalo di Gading Serpong iklan BPR gencar karena dia kalo di bank urusannya ribet, malah justru kalo di BPR itu datang malah diurus dibantu urus, kurangnya apa pak dia datengin. Dan lagipula orang konsultan survei itu lebih pinter ya di kawasan berkembang ya kan. Itu BPN juga pinter ini kawasan berkembang di-*acc* dia untung. Contoh kan ada Adira itu kan *leasing* biasa ya, dia kemaren gak bisa bayar gak apa-apa dia beli 500 juta, sekarang ditawarkan orang 1,2 M itu rumah, dia untung kan karena dia tau ini berkembang, bank itu kurangnya di situ karyawan kontrak.” (FRY,13 Oktober 2014)

Menurut nara sumber STV yang menjadi fokus perhatian terhadap atribut produk KPR yaitu sebagai berikut.

“Waktu Danamon sebenarnya cepet juga, karena ibaratnya itu *compete* waktu itu saya adu tuh dua BRI saya *drop* kan, jadi BII sama Danamon. Akhirnya Danamon juga ngeliat pemegang rumah yang sebelumnya juga Danamon, artinya daripada pindahin ke bank lain, dia gak mau dikasih ke bank lain dia agresif di situ.” (STV,13 Oktober 2014)

Pada pengalaman fasilitas KPR beliau membandingkan dengan bank lain dengan melihat dari proses kredit mana yang lebih cepat. Pada saat itu penjual rumah mempunyai fasilitas KPR di bank tersebut (*hand over*) sehingga memudahkan untuk proses kredit. Setelah berjalan fasilitas KPR STV menghadapi kesulitan untuk *take over* ke bank lain.

“Pas Commbank sudah sempat dibandingkan, cuman saya merasa banyak *complicated*-nya di bank lain, contohnya kalo saya ke bank lain saya coba BCA sudah pasti gak mau, gak mau karena ngelanjutin, perpindahan bank dia kayaknya gak mau. Kalo yang Commonwealth ibaratnya kan saya cerita bagaimana *pain* saya ke Ryan.” (STV,13 Oktober 2014)

Beliau juga mempertimbangkan dokumen akad kredit yang diberikan kepada debitur.

“*Complicated*-nya dalam hal dokumen, kalo ngomong dokumen yang gak bisa dipenuhinya secara kelengkapan dokumen tuh saya merasa memang ini cukup lengkap ya, kalo Danamon dia parsial, dokumen yang sesudah dilakukan akad, dokumen persyaratan semua oke.” (STV,13 Oktober 2014)

Menurut nara sumber AYS atribut produk KPR yang menjadi fokus perhatian adalah suku bunga, biaya provisi dan biaya penalti pelunasan KPR, berikut penuturannya.

“Ya salah satu yang menarik ya suku bunga nya murah 2% dari *market rate* Commbank, gak ada provisi, sama gak ada penalti salah satu yang menarik, kalo yang lain sih saya anggap hampir sama ya.” (AYS,25 Oktober 2014)

“Oh enggak, ya bedanya itu aja, provisi aja ya sama penalti ya, kalo bank lain kan rata-rata apalagi kalo kita beli sama *broker* pasti provisi, karena provisinya untuk *broker*.” (AYS,25 Oktober 2014)

AYS menjelaskan bahwa beliau mengajukan permohonan kredit di satu bank saja, agar lebih memudahkan beliau dalam menjalani proses kreditnya.

“Oh gak pernah, satu aja saya, gak pernah saya. Saya harus yakin satu itu udah bisa gitu. Karena kalo kita berhubungan sama yang lain akhirnya berbelit-belit lagi, banyak pertanyaan lagi lelah juga, ujungnya kan satu yang kita ambil, kecuali kita ambil emang dua, tiga, tapi satu juga kita proses dengan yang lain yah sama aja buang waktu selisihnya gak akan jauh, gak jauh bahkan kadang-kadang bisa lebih mahal akhirnya jatuhnya karena kita membanding-bandingkan, banyak yang tersembunyi yang kita gak tau. Kadang-kadang kan ketika udah berjalan *floating* itu juga gak ada ikatan yang jelas bahwa *floating* itu harus berapa batasannya gak ada, sekarang misalkan 10 besok naikin *floating* 13, kita kan gak punya *based-nya* apa, akhirnya ngotot-ngototan itu yang sebenarnya gak mau saya.” (AYS,25 Oktober 2014)

Membandingkan dengan atribut produk KPR bank lain, beliau menjelaskan pengalaman pengambilan kredit di bank lain.

“Kalo bank lain yang cepet saya tau Permata, cepet saya pernah ambil sekali cepet, cuma itu dia *fixed* 3 bulan, setelah lepas 3 bulan suku bunganya naik kita kan susah juga, tiba-tiba naiknya banyak trus kita *complain* lagi, harus surat lagi kita seperti dikerjain kalo kita lupa kan jalan terus.” (AYS,25 Oktober 2014)

Hasil wawancara dengan nara sumber diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 4.1 Atribut Produk KPR yang Menjadi Perhatian Nasabah

No	Nara Sumber	Atribut Produk Fokus Perhatian Nasabah
1	IWN	<ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan untuk mengurus proses kredit oleh pegawai bank. - Informasi yang benar dan jelas dari pihak bank yaitu pengetahuan pegawai bank terhadap produk agar tidak terjadi <i>missed selling</i>. - Suku bunga KPR yang meningkat sesuai dengan kemampuan nasabah dan harga properti.
2	BRT	<ul style="list-style-type: none"> - Proses kredit yang cepat dalam mengeluarkan persetujuan kredit.

Lanjutan Tabel 4.1		
		<ul style="list-style-type: none"> - Plafon kredit sesuai kebutuhan. - Suku bunga tetap dipertimbangkan namun bukan prioritas utama.
3	RKY	<ul style="list-style-type: none"> - Suku bunga kompetitif. - Kemudahan pada saat proses kredit. - Pelayanan proses kredit dari pegawai bank yang aktif dan responsif.
4	NVT	<ul style="list-style-type: none"> - Suku bunga kompetitif. - Proses pelunasan yang mudah. - Biaya penalti pelunasan lebih awal. - Kemudahan pada saat proses kredit. - Respon yang cepat dan kemudahan mendapatkan informasi.
5	HNF	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumen persyaratan. - Suku bunga kompetitif. - Proses kredit yang cepat. - Tenor yang tidak terlalu lama. - Penawaran produk KPR bebas biaya. - Pegawai bank memberikan respon yang cepat tanggap dalam proses kredit dan memberikan solusi yang baik. - Menyatukan cicilan dalam satu fasilitas kredit. - Biaya penalti pelunasan lebih awal.
6	FRY	<ul style="list-style-type: none"> - Suku bunga kompetitif - Tenor kredit. - Proses kredit yang cepat. - Persyaratan dokumen terkait dengan status kepegawaian tetap dan kontrak.
7	STV	<ul style="list-style-type: none"> - Proses kredit mana yang lebih cepat. - Kemudahan proses <i>take over</i> dari bank lain. - Dokumen akad kredit diberikan ke nasabah.
8	AYS	<ul style="list-style-type: none"> - Suku bunga kompetitif. - Biaya provisi. - Biaya penalti pelunasan lebih awal. - Proses kredit tidak berbelit-belit sehingga fokus pada pengajuan ke satu bank saja.

Sumber : Data Primer

Sumber data primer tersebut dapat diketahui atribut produk KPR yang menjadi fokus perhatian debitur. Dari keseluruhan atribut produk KPR yang disebutkan oleh para nara sumber, diperoleh urutan suara terbanyak atribut produk KPR yang menjadi fokus perhatian debitur. Atribut produk KPR pertama yang

dipertimbangkan adalah proses kredit yang mudah dan cepat yaitu sebanyak delapan nara sumber. Atribut produk KPR kedua yaitu suku bunga kredit yang kompetitif sebanyak tujuh nara sumber. Selanjutnya atribut produk KPR ketiga yaitu biaya kredit penalti pelunasan sebanyak tiga nara sumber.

4.2.6 Atribut Produk KPR Bank Commonwealth

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:254), manfaat atribut produk yang ditawarkan dan disampaikan melalui atribut produk seperti kualitas, fitur dan rancangan produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya. Kualitas mempunyai dampak langsung terhadap performa produk dan layanan berkaitan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen. Fitur produk adalah alat untuk bersaing yang membedakan dari produk pesaing. Rancangan produk merupakan keistimewaan yang memengaruhi penampilan fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.

Product specific goal menurut Schiffman dan Kanuk (2007:73) produk atau jasa merek tertentu yang mana konsumen pilih untuk memenuhi kebutuhan. Debitur akan mempelajari dari produk atau jasa merek tertentu dengan pengetahuan dari informasi yang diperoleh, yaitu produk atau jasa merek tertentu yang mana konsumen pilih untuk memenuhi kebutuhan mereka. Untuk mengetahui atribut produk KPR Bank Commonwealth, berikut hasil wawancara menurut para nara sumber. Menurut IWN atribut produk KPR Bank Commonwealth adalah sebagai berikut.

“Nah buat saya sih Commonwealth Bank gak saya kenal, terus terang aja saya gak kenal. Saya punya teman-teman yang bekerja di sana, tapi saya

tidak pernah punya urusan dengan Commonwealth Bank. Hanya waktu setelah ketemu, enak juga ya Commonwealth Bank ya. Setelah saya liat, saya datang tidak perlu apa-apa saya tanda tangan, sedangkan saat di BCA harus bawa buku tabungan, kalo di Bank Mandiri harus bawa kartu ATM. Jadi dalam arti begini, *internal procedure* untuk menangani kontrol, kalo makin baik maka nasabah makin leluasa ya kan. Kalo dia kontrolnya gak bagus, anda masuk anda harus copot semua, harus copot sepatu, copot ikat pinggang, itu kan sebel banget. Tapi kalo bagus anda lewat aja dia tau anda bawa apa aja, gitu, jadi sehingga si nasabah lebih mementingkan di sini.” (IWN,03 September 2014)

“Kalo yang kurang bagus BCA kita suruh bawa buku tabungan bawa ATM juga, kalo yang mendingan dikit kayak Mandiri pake ATM. Tapi kalo Commonwealth, perlu kartunya? Ooh kartunya gak perlu kartu pak, loh yang bener? Tanda tangan pake KTP saja, gile banget nih bank..saya bilang gitu. Tapi karena dia sudah pakai cara *image* cek tanda tangan segala macam, kan ada titik-titiknya, bisa ada program yang bisa lihat, kayak muka tuh, bisa dilihat walau dia pake kamuflase, tapi titik-titik hidung, mata semua bisa kelihatan, nah itu kayak gitu lebih ke teknologi.” (IWN,03 September 2014)

Menurut IWN atribut produk KPR Bank Commonwealth adalah fleksibilitas dan kemudahan bertransaksi pada prosedur pelayanan bank, sehingga debitur dapat lebih leluasa dan nyaman dalam melakukan transaksi keuangan. Menurut nara sumber BRT, atribut produk KPR Bank Commonwealth sebagai berikut.

“Menurut saya pelayanannya cepet, itu satu, trus diimbangi produknya dia, oke lah menarik, *amount*-nya sesuai kebutuhan sama durasinya juga cocok sama kita, plafon sesuai kebutuhan dan tenornya. Sebenarnya sih, cuman kalo diurutin juga enggak, cuman yang jelas yang saya rasakan sih satu cepet, kedua target volume apa..jumlah *amount* yang kita inginkan tuh tercapai trus jangka waktunya juga dapet gitu kan bu.” (BRT,20 September 2014)

Atribut produk KPR Bank Commonwealth menurut BRT adalah proses kredit yang cepat, plafon kredit dan tenor yang sesuai dengan kebutuhan debitur.

“Kalo dikombinasikan dengan gaji suami dan istri itu masuk semua, jadi gak bisa diurutin satu-satu cuman disaat itu produk yang dikondisikan dengan kebutuhan kita dan kondisi kita itu yang paling pas. Karena biasanya susah itu nyarinya, contoh di bank lain dia lebih..lebih ruwet

persiapannya gitu, dokumennya segala macam harus ada ini, segala macam gitu kan.” (BRT,20 September 2014)

Diketahui dokumen persyaratan yang diperlukan dalam pengajuan kredit dapat cepat diberikan respon sehingga proses kredit dapat lebih cepat, beliau menegaskan sebagai berikut.

“Persyaratan sih sama, *follow up* lebih cepet, disaat saya kasih dokumen itu saya gak lagi yang ngejar-ngejar, ini gimana, ini enggak di Commbank langsung klarifikasi. Pak, ini data saya cek dulu apa saja yang belum, ya..saya siapin dulu ya. Kalo yang di bank lain itu kita kasih dokumen, udah seminggu gak di-*follow up-follow up*, saya yang *follow up*, saya yang tanya bagaimana, iya pak..lagi proses, oke..saya tunggu. Trus ada lagi saya kirim dokumen lama lagi. Pernah ada satu bank itu *follow up*-nya gak jelas, bahkan udah ada yang datang ke lapangan, *visit* dari penilai properti ini, itu produk hasilnya gak ada dari bank lain.” (BRT,20 September 2014)

BRT juga menjelaskan mengenai notaris rekanan dan penilai agunan dari Bank Commonwealth sebagai berikut.

“Kalo notaris bagus, kalo menurut saya sih oke. Untuk *appraisal* menurut saya yang paling oke karena ada satu bank yang *appraisal*-nya sempet datang. Lihat mau klarifikasi malah *report*-nya gak ada sampai sekarang. Jadi saya gak ada *report*-nya sama sekali. Ada saya bayar dia untuk permohonan KPR itu. *Appraisal* datang udah ketemu arsitek saya, udah cek tanah, cek bangunan, cek gambar, cek lokasi, yang ini malah gak keluar sama sekali. Dari malah duluan dia *appraisal*-nya daripada Commbank, cuman malah keluar Commbank duluan daripada dia.” (BRT,20 September 2014)

Beliau menambahkan penjelasan bahwa biaya *appraisal* Bank Commonwealth relatif lebih mahal daripada bank lain, namun dari hasil laporan yang diberikan oleh Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) rekanan Bank Commonwealth dilaporkan secara lengkap dan lebih rinci.

“Sebenarnya balik ke ini..oke lah dia mahal, tapi sejauh yang saya tau reportnya dia detail, dia *capture* dulu, dia bandingkan dulu dengan lapangan sekitar, jadi informasinya disitu, misalnya tanah, dia bisa estimasi sekian. Udah tanya ke lima apa..tetangga gitu, saya bisa tau tanya ke siapa, nomor telpon berapa, lengkap. Nah, saya gak tau *appraisal* yang

lain. Dari situ aja dengan angka yang mahal saya puas, dan ada itu saya bisa dapet *report*-nya gitu dibanding saya kasih yang murah tapi produknya malah gak keluar, *report*-nya malah gak keluar.” (BRT,20 September 2014)

Beliau menjelaskan mengenai penilaian dari agunan yaitu rumah beliau yang sedang dalam tahap proses pembangunan, untuk tujuan pencairan kredit bertahap sesuai dengan penilaian dari pihak *appraisal*, berikut penuturannya.

“Kalo *overall* oke sih bu ya, maksudnya, apa..semua sesuai dengan ekspektasi lah ya, cuman mungkin di *appraisal*-nya ada sedikit beda pandangan aja ya. Contoh yang kayak misalnya *appraisal* kan dia, ya mungkin mempertaruhkan namanya perusahaan ini kan. Bahwa angka segitu..ya segitu, cuman kan kita kemaren bilang ni barang-barang sudah ada tinggal dipasang. Tapi kan sebenarnya bisa dong barang-barang itu diakuin tapi upahnya enggak..gitu kan. Awalnya masih kekeuh bilang, Bapak datang dua minggu lagi udah kepasang, bisa diakuin dong barang itu di bank, misalnya berapa persen estimasinya.” (BRT,20 September 2014)

Beliau menjelaskan penilaian agunan pembangunan rumah secara bertahap terdapat perbedaan pandangan, yaitu bahan bangunan yang belum terpasang tidak dapat dinilai oleh pihak *appraisal*, namun penilaian sesuai dengan kondisi pembangunan sebenarnya, berikut penuturannya.

“Mungkin saya ngerti, dia takut memermalukan nama, dia takut barang dibeli begitu dia setujuin taunya barang gak dipasang itu kan. Saya juga beru kepikiran gitu, dari arsiteknya cerita dia temuin klien-klien yang nakal, klien-klien yang pengen uang keluar, dia-nya kemana. Oh itu saya ngerti, saya gak apa-apa. Kita keluar *effort* lebih, dia klarifikasi lagi kalo dia mau pastiin barang itu dipasang kita monggo, kita sih siap-siap aja, maksudnya di saya juga enak kalo dia se-detail itu kita suka, malah bagus di saya-nya, karena produk dia dipertanggung jawabkan ke BPN ya tanah, nama saya juga pasti tercantum, saya juga gak mau nama jelek, ntar repot di saya.” (BRT,20 September 2014)

Menurut nara sumber HNF atribut produk KPR Bank Commonwealth sebagai berikut.

“Itu diskon 2%, suku bunga. Saya maunya proses cepet aja, kalo bisa proses dipercepat. Kalo tenor ya itu gak mau lama-lama maksimal ya tadi 12, 13. Yang ke dua kalo dipercepat gak kena penalti kan, ya itu. Ya emang banyak, ya disitu yang istimewa dari Commonwealth yang gak ada di tempat lain.” (HNF,08 Oktober 2014)

Atribut produk KPR Bank Commonwealth yaitu suku bunga diskon 2% dan bebas biaya penalti untuk pelunasan lebih awal. Namun menurut beliau untuk promosi iklan produk KPR Bank Commonwealth masih kurang.

“Kurang promo KPR kalah sama bank lain, ya kayak contoh BII gede-gedeane loh promo nya. Iklannya iya di Galaxi gede-gedeane tuh di majalah ada, kalo lebih bagus di-*highlight* dia diskon 2%.” (HNF,08 Oktober 2014)

HNF juga mengatakan mengenai biaya *appraisal* untuk menilai agunan.

“Nah *appraisal* terlalu mahal saya juga bingung, kalo bisa diturinin untuk kedepannya. Dari semua bank paling mahal, yang lain bisa ngasih *free appraisal*, yang lain masih bisa 200 ribu-350 ribu gitu, tapi gak ada *report* cuma foto-foto doang.” (HNF,08 Oktober 2014)

Beliau menjelaskan tujuan pengambilan kredit dan proses *take over* di Bank Commonwealth yaitu menjadikan satu untuk seluruh kewajiban hutang beliau ke dalam satu fasilitas kredit. Selain itu, mengenai perbandingan pengurusan *take over* dengan bank lain.

“Saya lihatnya dari sisi Commonwealth bisa *take over* hutang-hutang saya yang lain, intinya disitu. Bisa digabungin bisa dibayarin trus urusannya juga di-*handle* langsung sama *marketing* dan *team*. Kalo Mandiri enggak, Mandiri dia kasih kita dana berapa itu urus sendiri tuh ambil dokumennya udah *deal* belum tentu juga hari itu datanya. Pertama keganggu kerja, jadi cairin dana masukin ke kita, itu dari Mandiri gak mau berhubungan langsung sama bank-nya. Jadi cuma lihat dokumen aja, dia transfer dana dari bank, dia nemenin tapi gak berhubungan sama orang bank.” (HNF,25 Oktober 2014)

“BCA saya udah tanya gak mau makanya saya mundur, saya tanya BCA *rate*-nya kecil saya rasa BCA paling kecil, BTN aja kalah, cuma proses *take over* paling susah. Itu juga mereka awasin dari jauh mungkin bareng kita ke Bintaro ikut janji barengan dia nunggu seakan-akan temen aja nemenin, baru disitu dia dapat sertifikatnya baru notaris mereka yang

bergerak, sebelah yang cerita, kalo gitu saya mundur aja deh gak mau ribet.” (HNF,25 Oktober 2014)

Menurut HNF mengenai atribut bebas biaya penalti Bank Commonwealth.

“Penalti itu untung banget yang jelas jangan sampai program itu hilang, jadi manis di depan 2 tahun berjalan ternyata penaltinya hidup lagi gitu, kalo nasabah baru ya dulu enak, nih sekarang enggak.” (HNF,25 Oktober 2014)

Mengenai persyaratan kebijakan Bank Commonwealth dalam proses *take over* dari bank lain, berikut penuturannya.

“Pertama kol 2, 2 tahun pertama gak stabil Commonwealth saya gak tau gak lihat 2 tahun pertama, mungkin dia lihat 6 bulan atau 1 tahun terakhir. Itu keistimewaannya Commonwealth dia gak ngeliat 2 tahun, kita mana tau 6 bulan terakhir kondisi kita stabil artinya layak lah diajuin, bank lain masih mempertahankan itu. Commonwealth 6 bulan terakhir saya rasa udah oke ya, kan kita gak tau kondisi keuangan lain-lain 6 bulan terakhir dia stabil, gak ada tunggakan, itu dia boleh selama dia mencukupi syarat dan ketentuannya ya boleh dilanjutin.” (HNF,25 Oktober 2014)

Beliau menambahkan bahwa atribut plafon yang diharapkan beliau tidak sesuai, tetapi proses *take over* Bank Commonwealth cepat.

“Semuanya dokumen lengkap, nyiapin dokumen juga enak, diproses juga cepet. Nah yang ini saya rasa targetnya sih nyampe cuman ada sedikit kekecewaan aja, tidak sesuai harapan plafon yang saya mau. Kalo proses *take over*-nya cepet, ada yang bisa 2 bulan lebih, 1 bulan lebih, kan gak tau kendala nya dimana, kalo bisa dipersingkat.” (HNF,25 Oktober 2014)

“2 minggu sampai akad, kalo yang lama kan dari saya nya nyiapin data, kalo data dari nasabah cepet saya rasa *marketing*-nya juga cepet, contoh data *outstanding*-nya ini kita ngomong yang *take over* ya, kan butuh waktu juga bank lain siapin data gak hari H jadi. Cepet saya bilang prosesnya cepet.” (HNF,25 Oktober 2014)

Menurut HNF mengenai pelayanan akad kredit Bank Commonwealth.

“Pelayanan cukup oke karena contohnya untuk proses akad kita bisa milih dimana, kalo tempat lain enggak, ditentukan kamu datang ke Blok M ya kita harus akad di Blok M, harus akad di Bekasi ya di Bekasi karena bank yang nentuin. Fleksibel nasabah gak ada itu di bank lain, itu boleh jadi acuan tuh, KPR Bebas Bebas mau akad cabang Bank Commonwealth cabang

terdekat, itu ibaratnya nilai *plus* bank lain gak ada.” (HNF,25 Oktober 2014)

Selain itu atribut produk KPR Bank Commonwealth yaitu pelayanan pada saat akad kredit adalah pemilihan tempat akad yang dapat menyesuaikan dengan lokasi debiturnya.

“Waktu saya kan di Thamrin tuh, Niaga samping kantor, bisa gak akad di sini saya bilang kan saya masih sendiri belum nikah kan, ga bisa bapak harus ke Bekasi katanya, akadnya di Bekasi, rumahnya di Bekasi Niaganya harus Bekasi, nah kalo ini akad kan tanda tangan aja dari sini bawa ke sanalah, itu kan kerugian bagi kita karyawan, buang-buang waktu harus *office hour*. Itu nilai plus banget di Commonwealth.” (HNF,25 Oktober 2014)

Menurut nara sumber RKY mengenai atribut produk KPR Bank Commonwealth sebagai berikut.

“Enggak terlalu sebenarnya, enggak terlalu kedengeran”. “Ya itu tadi program bebas provisi, penalti yang *eye catching* banget tuh, admin, ya sama suku bunganya 2% dibawah *floating*. Tapi biasanya sih mereka memberikan promo-promo spesifik ke pegawai dari perusahaan mana gitu, jadi bukan secara umum, biasanya Commonwealth ini kan gak selektif maksudnya semua bisa.” (RKY,03 Oktober 2014)

Seperti penuturan beliau bahwa atribut produk KPR Bank Commonwealth adalah bebas biaya provisi, biaya penalti, biaya administrasi dan suku bunga diskon 2% dari *floating rate* Bank Commonwealth berlaku untuk semua calon debitur, bukan hanya untuk program fasilitas pegawai perusahaan saja secara khusus. Menurut beliau pengalaman pertama pengambilan fasilitas KPR di Bank Commonwealth yaitu proses kredit yang lancar membuat beliau mencoba untuk pengambilan fasilitas kedua pada saat itu.

“Kalo Commbank sih dari biaya, tapi kecuali biaya *appraisal* ya dari biaya terus karena lagi ada program bebas provisi itu sih sebenarnya, dan mungkin *experience* karena yang pertama ya, lancar gitu jadi oke kenapa gak coba ambil lagi gitu, kebetulan *compare* BNI yang sekarang aku

apa..KPR ku disitu ya pelayanannya masih kurang gitu dalam hal *access to* BNI-nya kok agak susah gitu” (RKY,03 Oktober 2014)

Beliau menambahkan mengenai atribut *appraisal* penilai agunan bahwa biaya *appraisal* yang mahal namun untuk hasil nilai agunan lebih besar dari yang diperkirakan.

“Tapi yang bikin aku ini juga sih pertama kali biaya *appraisal*-nya gede juga yah, untuk yang rata-rata..ya udahlah gitu. Tapi belakangan aku jadi jangan-jangan karena nilai agunanku itu lumayan besar gitu dari sebelumnya aku perkirakan. Waktu di BNI itu pun gak sebesar itu, jadi ya udah. Kadang aku juga suka cerita sama temen, nilainya segini loh padahal waktu di BNI gak segini, jauh banget, gitu. Ya iyalah orang bayarnya segitu, suka banyolannya temen-temen kayak gitu. Mungkin yang di BNI internal kali ya, nilainya gak obyektif.” (RKY,03 Oktober 2014)

Beliau berkomentar mengenai atribut persyaratan dokumen pengajuan KPR Bank Commonwealth.

“Kecuali itu sih, saya mempertanyakan kenapa rekening koran harus enam bulan, padahal dimana-mana Mandiri pun hanya minta yang terakhir aja karena mau lihat posisi *outstanding*-nya kan.” (RKY,03 Oktober 2014)

Menurut nara sumber NVT atribut produk KPR Bank Commonwealth sebagai berikut.

“Kalo reputasinya kan bank internasional harusnya secara reputasi baik. Lebih kejelasan terhadap kredit itu sendiri. Ya itu tadi suku bunga seperti apa terus kemudahan proses seperti apa dibandingin yang lain ya karena meskipun saya rasa juga agak lambat, tapi dibandingin bank lain juga ada yang lebih lambat. Kalo kayak BCA sulit kan dia, di bank Commonwealth lebih gampang. Jadi kan kalo kayak BCA kita harus lunasin bank-nya dulu baru kita dapat kreditnya dari dia. Kalo Commonwealth kan prosesnya kan diurusin Commonwealth semua, itu memudahkan sekali, betul yes, dan kita gak perlu keluar duit dulu untuk melunasi. Itu bunganya dia lebih kecil saya terus terang kalo BCA paling bagus kalo menurut saya, tapi dia juga kayaknya plafonnya juga gak setinggi bank lain, tapi dia cukup rendah tapi kalo *take over* gak bisa. Jadi *take over*-nya dia itu bukan *take over*, jadi kita melunasi di bank lain baru di kredit ke dia, duitnya dari mana. Kalo Commonwealth kan enggak, dananya langsung dibayarin jadi antar bank kan prosesnya. Nah itu top ya, itu..itu bagus. Gak ribetlah untuk *take over* diurus semua.” (NVT,17 Oktober 2014)

Dari penjelasan NVT mengenai reputasi Bank Commonwealth baik sebagai bank internasional. Untuk proses *take over* yang berbeda dengan bank lain yaitu dana dari Bank Commonwealth untuk melunasi KPR. Proses *take over* yang mudah karena semua ditangani oleh pihak Bank Commonwealth. Tenor dan angsuran sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, serta atribut suku bunga kompetitif, penuturannya sebagai berikut.

“Nah itu hitungannya saya lebih cocok dengan Commonwealth punya jadi kombinasi antara tenor dengan bayar.” (NVT, 17 Oktober 2014)

“Yang saya pilih Commonwealth karena itu kayaknya *fear*, cukup *fear* dan bunganya cukup apa namanya..dibandingkan bank-bank lain cukup kompetitif lah gitu bunga KPR mya kompetitif dibanding yang lain kan, konservatif ya bunganya *relatively* dibanding lain-lain lebih rendah.” (NVT, 17 Oktober 2014)

Beliau mengutarakan dari atribut persyaratan dokumen pengajuan tidak sulit, namun proses administrasi kredit untuk *take over* yang menurutnya cukup lama, sampai pada saat itu terjadi perubahan suku bunga.

“Enggak, cuman agak lama aja sampek antara kita mulai dari awal itu musti bolak-balik kan dan agak lama, kalo enggak kan kita masih bisa dapat bunga yang 8%. Ya yang agak lama tuh diproses administrasinya, ya kalo enggak kan masih dapat bunga yang lebih rendah.” (NVT, 17 Oktober 2014)

Menurut NVT mengenai *appraisal* penilai agunan.

“Hasil surveinya menurut saya cukup realistis jadi maksudnya dia gak terlalu rendah juga, tapi juga gak tinggi-tinggi sekali juga enggak. Artinya ya memang di pasaran kurang lebih segitu. Jadi cukup akuratlah dia punya cukup oke memang dipasarannya sekitar segitu.” (NVT, 17 Oktober 2014)

Dari atribut produk yaitu hasil penilai agunan yang cukup realistis sesuai dengan harga pasar properti di daerah perumahannya. Kemudian jika ada keterlambatan segera diinformasikan kepada debitur.

“Dan juga misalnya kalo ada yang terlambat kita diingetin segera. Nah itu saya pikir bagus juga kan, waktu itu kan langsung Mbak ingetin, itu saya pikir bagus lah karena kan juga gak bablas juga gak kena denda banyak. Dendanya saya lihat juga enggak banyak karena saya kelupaan itu saya bener-bener kelupaan bukan disengaja.” (NVT,17 Oktober 2014)

Menurut NVT mengenai atribut biaya kredit dan biaya penalti, serta memanfaatkan fasilitas ATM Bank Commonwealth.

“Kayaknya sama aja deh hampir bank relatif sama, cuman yang bebas kan jadi bebas provisi lebih bagus. Tapi kayaknya gak beda jauh kok *relatively* dengan bank lain. Tapi kalo dibebaskan ya oke-oke aja, tapi kan rata-rata bank mesti begitu.” (NVT,17 Oktober 2014)

“Cuman itu doang sih mbak kan kebutuhan cuma itu. Saya manfaatin *banking*-nya sih tabungannya karena dia kan bebas mau ngambil ATM mana aja sama kartu mana aja, itu sih efek samping yang saya manfaatin dari fasilitas bank.” (NVT,17 Oktober 2014)

Dari nara sumber FRY atribut produk KPR Bank Commonwealth sebagai berikut.

“Saya kemaren minta *fotocopy* sertifikat aja itu, belum selesai ya kan. Nah itu Mbak, orang kalo kayak perusahaan saya itu besar, besar itu bukan karena bangun bagus dijual mahal, enggak. Komitmen A ya A, dia bilang lima bulan, lima bulan lah itu. Ya dari saya udah biasa komitmen makanya kalo udah lima bulan saya tanya. Kemaren waktu akad kredit itu kan nanya ya ini selesai sertifikatnya kapan, lima bulan Pak maksimal, ya saya tanyakan lima bulan gitu, karena itu dokumen penting ya. Karena udah kebiasaan di perusahaan saya gitu, orang *complain* itu rumah kurang nya ini..kita komit, kita perbaiki ya, besok ya besok, gak bisa ditawar gitu. Lah itu komitmen aja kalo udah terjun ke bank udah kurang komit itu gak bisa bersaing saya yakin” (FRY,13 Oktober 2014)

FRY menjelaskan mengenai proses sertifikat peningkatan hak tanggungan yang belum selesai sehingga bank belum dapat memberikan *copy* sertifikat debitur.

Menurut beliau mengenai atribut biaya kredit, biaya penalti dan biaya *appraisal* serta pelayanan pada saat akad kredit sebagai berikut.

“Biaya kredit itu umum ya, kalo penalti kalo bisa gak ada penalti semua, konsumen juga mengkhendaki gak ada penalti. Biaya *appraisal* agak mahal dari bank lain, bank lain itu semua 500 udah *all in*.” (FRY,13 Oktober 2014)

“Terus pelayanan akad kreditnya juga bagus gitu. Cuma harus notarisnya, itu kan baru saya kalo ada orang yang lebih berkomitmen perusahaan-perusahaan besar yang dia mau KPR itu pasti juga akan mengalami seperti saya.” (FRY,13 Oktober 2014)

Menurut nara sumber STV atribut produk KPR Bank Commonwealth sebagai berikut.

“Mungkin di Commonwealth lebih mudah prosesnya dan juga gak terlalu sejelimet yang Danamon, karena Danamon lebih ribet dibanding Commonwealth sebenarnya. Sebenarnya sih dari proses di awal ya, cuma bedanya sama Commonwealth kan pindah bank ya, jadinya sedikit mungkin lebih gampang karena itu, itu kan dari awal, ini kan mindah doang.” (STV,13 Oktober 2014)

Menurut beliau pada awal pengambilan fasilitas KPR pertama di bank sebelumnya beliau mengalami kendala, namun untuk *take over* ke Bank Commonwealth prosesnya lebih mudah.

“Waktu itu, ya sebenarnya gini hampir sama ya, maksudnya untuk dokumen hampir sama kayak misalnya sekarang Commonwealth, bedanya tuh Commonwealth ngasih langsung sekaligus, saya minta apa dikasih sekaligus. Cuma bedanya Danamon dikasih parsial, ini dulu..ini dulu..nah terus itu yang bikin ribet. Kalo Commonwealth yah kelemahannya dokumen ini lama, ini hampir setahun kan, kalo gak di-*follow up* juga gak dapat informasi, gitu. Bedanya kalo Danamon biarpun dia parsial tapi dia *monthly*-nya ada gitu proressnya, jadi gak selama ini. Tapi kalo dari sisi ribetnya memang ribet juga Danamon, tapi dari sisi waktu lebih cepet dia.” (STV,13 Oktober 2014)

Menurut beliau atribut dokumen akad kredit diberikan kepada debitur dalam jangka waktu yang lama, karena menunggu dokumen jaminan selesai diproses oleh notaris. Namun STV tertarik dengan suku bunga *fixed* selama 3 tahun, serta pendapat beliau mengenai notaris rekanan Bank Commonwealth.

“Sebenarnya sih bunga biasa aja, cuman yang menarik di 3 tahun, *fixed* 3 tahun, trus kedua apalagi ya, notaris juga oke, bukan termasuk orang yang kaku ya, yang dulu kan kaku banget orangnya, kalo ini asik orangnya bisa ngikutin kita dimana dia datang.” (STV,13 Oktober 2014)

Menurut beliau atribut biaya kredit dan hasil *appraisal* penilai agunan sebagai berikut.

“Termasuk lumayan, bukan lumayan bagus, angkanya lumayan besar juga, karena pertimbangannya *long term* ya” (STV,13 Oktober 2014)

“Kalo *appraisal* diluar ekspektasi saya sih, dia prediksinya dibawah, mungkin karena dikali 70% itu kali, jauh banget jadi semakin turun.” (STV,13 Oktober 2014)

Beliau merasa keberatan dengan persyaratan memblokir dana sebesar satu bulan angsuran, namun terdapat kemudahan dalam pembayaran angsuran KPR.

“Sejauh ini sih saya liat kelemahannya dokumen sih itu sih yang pertama, kalo yang ke dua atribut yang lain sih ok, yang paling agak mengganjel sih itu ninggalin duit tiga setengah juta atau gak satu bulan itu, karena ditempat lain enggak. bisa buat yang lain kan uang blokirnya, terkesan saya gak bisa bayar, tapi terkesan loh yah.” (STV,13 Oktober 2014)

“Kemudahan untuk ATM nya di BCA itu aja sih, pembayarannya bisa dari BCA gak kena *charge*-nya yang mempermudah.” (STV,13 Oktober 2014)

Menurut nara sumber AYS atribut produk KPR Bank Commonwealth sebagai berikut.

“Cuman di Commonwealth itu ya kemenangannya *simple* aja gak terlalu berbelit-belit itu aja ya, dokumen dan pengajuannya kan juga gak terlalu ribet ya gak berbelit-belitlah.” (AYS,25 Oktober 2014)

“Sejauh ini sih yang saya liat, satu gak terlalu berbelit-belit, kedua juga secara plafon ya lumayan enggak terlalu menekan lah itu aja sih karena target orang mencari kredit kan diberikan, sejauh diberikan itu kan dia gak mau terlalu berbelit-belit, gak mau terlalu dipersulit, trus plafon juga memadai, sekarang kalo dia punya *collateral* 1 miliar dikasih cuma 200 juta kan dia kesel juga.” (AYS,25 Oktober 2014)

Berdasarkan penuturan beliau bahwa proses kredit di Bank Commonwealth mudah, plafon sesuai dengan yang dibutuhkan, proses kredit relatif cepat.

“Plafon, trus pertanyaannya gak terlalu sulit itu aja sih kalo saya bilang. Proses lumayan cepetlah, dokumen enggak yah, umum aja itu saya bilang gak terlalu spesifik.” (AYS,25 Oktober 2014)

“Ya sejauh yang saya ketemu yang gak terlalu rewel aja, banyak apa..pertanyaan-pertanyaan yang mempersulit kita. Kita kan intinya bisnis, ya kewajiban kitaenuhi hak-hak kita juga, ya selama masih seimbang, kecuali kewajiban kita diminta berlebihan hak kita kecil, itu yang kita gak mau, sepanjang masih seimbang ya gak masalah.” (AYS,25 Oktober 2014)

AYS berpendapat mengenai notaris rekanan Bank Commonwealth yang sempat memundurkan jadwal akad kredit. Kemudian prosedur dalam memproses sertifikat jaminan menurut beliau tidak efektif karena dilakukan dua kali dengan jaminan yang sama, dan tidak efisien karena dibebankan biaya lagi.

“Kalo notaris Commbank sih agak konyol, kita kan cuma sekali ketemu ya udahlah, bukan karena biaya. Kan janjinya itu kan seakan-akan dia sibuk banget, maksudnya janji itu kan dimundur-mundur gitu kan, iya..harusnya kan dia bisa *range* waktu dia. Waktu itu sempet dimundur-mundurin kan, iya maksud saya harusnya Commbank jangan pake satu rekanan sehingga dia kan gak terlalu padet, kadang-kadang kalo dibutuhin jadi suka belagu orang. Kalo dia punya pesaing kan juga berpikir kan. Sebenarnya gak perlu di cek karena sertifikat masih ditangan Commbank, ya prosedur tapi maksud saya sesuatu yang sudah kita lakukan *double* sebenarnya kayak orang bodoh, karena beban biayanya di kasih ke orang lain dia lakukan. Prosedur kan berarti sudah lewat *checking* ya sudah disitu, prosedurnya itu sebenarnya sudah lewat, gak efektif melakukan hal yang sama, tempat yang sama, dokumen yang sama dan buang-buang biaya.” (AYS,25 Oktober 2014)

Hasil wawancara dengan nara sumber diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 4.2 Atribut yang Membentuk Atribut Produk KPR Bank

Commonwealth

No	Nara Sumber	Atribut Produk KPR Bank Commonwealth
1	IWN	<ul style="list-style-type: none"> - Fleksibilitas dan kemudahan bertransaksi pada pelayanan Bank Commonwealth dapat lebih leluasa dan nyaman dalam transaksi keuangan.
2	BRT	<ul style="list-style-type: none"> - Proses kredit yang relatif cepat. - Plafon kredit sesuai kebutuhan nasabah. - Tenor kredit yang sesuai dengan keinginan nasabah. - Produk yang dikondisikan dengan kebutuhan nasabah dalam hal kemampuan bayar angsuran. - Dokumen persyaratan dalam pengajuan kredit cepat diberikan respon. - Penilai agunan oleh Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) atau <i>appraisal</i> hasil laporannya baik walaupun relatif lebih mahal daripada bank lain, laporan yang diberikan lengkap dan terperinci. - Penilaian agunan untuk pencairan bertahap pembangunan rumah oleh KJPP sesuai dengan kondisi sebenarnya.
3	RKY	<ul style="list-style-type: none"> - Bebas biaya provisi. - Bebas biaya penalti. - Bebas biaya administrasi. - Suku bunga 2% dibawah <i>floating rate</i> Bank Commonwealth. - Program KPR Bebas di Bank Commonwealth dapat berlaku untuk semua calon debitur bukan untuk program pegawai perusahaan saja secara khusus. - Pengalaman pertama pengambilan fasilitas KPR di Bank Commonwealth proses lancar kemudian pengambilan fasilitas yang kedua. - Biaya <i>appraisal</i> yang mahal tetapi nilai agunan besar dari perkiraan sebelumnya. - Persyaratan dokumen pengajuan kredit yaitu rekening pendebet angsuran harus periode 6 bulan untuk <i>take over</i> dari bank lain.
4	HNF	<ul style="list-style-type: none"> - Suku bunga diskon 2%. - Bebas biaya penalti pelunasan lebih awal. - Bank Commonwealth kurang promosi produk KPR-nya. - Biaya <i>appraisal</i> mahal. - Bank Commonwealth dapat men-<i>take over</i> seluruh kewajiban hutang debitur dan dijadikan dalam satu

Lanjutan Tabel 4.2		
		<p>fasilitas kredit.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan pengurusan <i>take over</i> dengan ditangani langsung oleh pihak Bank Commonwealth. - Kebijakan Bank Commonwealth terhadap persyaratan <i>take over</i> penilaian periode 6 bulan <i>historical credit</i>. - Proses kredit yang relatif cepat. - Untuk plafon yang diinginkan oleh debitur tidak sesuai karena menginginkan plafon yang lebih besar. - Pelayanan untuk pemilihan tempat akad kredit dilaksanakan dapat menyesuaikan dengan lokasi debitur adalah nilai tambah dari Bank Commonwealth.
5	NVT	<ul style="list-style-type: none"> - Reputasi bank internasional yang baik. - Suku bunga kompetitif. - Kemudahan proses <i>take over</i> diurus semua oleh pihak Bank Commonwealth. - Pencairan dana dari Bank Commonwealth untuk pelunasan fasilitas KPR dari bank lain, dimana bank lain menggunakan dana sendiri untuk melunasi (<i>reimburse</i>). - Tenor kredit dan besarnya angsuran sesuai dengan keinginan debitur. - Persyaratan dokumen untuk pengajuan tidak sulit. - Administrasi kredit yang cukup lama untuk proses <i>take over</i>. - Hasil penilaian agunan yang cukup realistis sesuai dengan harga pasar di kawasan perumahannya. - Jika ada keterlambatan pembayaran angsuran segera diinformasikan kepada nasabah. - Memanfaatkan fasilitas ATM Bank Commonwealth yaitu dapat menarik dana dari ATM mana saja.
6	FRY	<ul style="list-style-type: none"> - Proses sertifikat peningkatan hak tanggungan yang belum selesai dari notaris sehingga pihak Bank Commonwealth belum dapat memberikan <i>copy</i> sertifikat kepada nasabah. - Biaya <i>appraisal</i> lebih mahal daripada bank lain. - Pelayanan akad kredit baik.
7	STV	<ul style="list-style-type: none"> - Proses <i>take over</i> di Bank Commonwealth lebih mudah. - Dokumen akad kredit diberikan lama, namun diberikan secara sekaligus untuk keseluruhan, jika tidak ditindak lanjuti, maka tidak mendapatkan informasi.

Lanjutan Tabel 4.2		
		<ul style="list-style-type: none"> - Bunga <i>fixed</i> 3 tahun. - Notaris rekanan Bank Commonwealth fleksibel bisa mendatangi dimana debitur berada. - Biaya kredit relatif besar untuk <i>long term</i>. - Hasil laporan <i>appraisal</i> tidak sesuai dengan harga pasar di kawasan perumahannya. - Debitur keberatan dengan persyaratan blokir dana sebesar 1 bulan angsuran. - Kemudahan transaksi pembayaran angsuran dari bank lain.
8	AYS	<ul style="list-style-type: none"> - Proses kredit <i>simple</i> tidak berbelit-belit. - Dokumen pengajuan tidak terlalu ribet. - Plafon kredit sesuai kebutuhan. - Pertanyaan tidak terlalu sulit. - Proses kredit relatif cepat. - Dari pihak notaris rekanan Bank Commonwealth untuk pelaksanaan akad kredit waktunya dimundurkan karena jadwal notaris yang penuh. - Prosedur dalam memproses sertifikat jaminan tidak efektif dilakukan dua kali karena sudah pernah di cek pada fasilitas sebelumnya dan tidak efisien karena dikenakan biaya pengecekan sertifikat dua kali.

Sumber : Data Primer

Sumber data primer dapat diketahui yang menjadi atribut produk KPR Bank Commonwealth. Dari keseluruhan atribut produk yang disebutkan oleh para nara sumber diperoleh urutan suara terbanyak. Atribut produk KPR Bank Commonwealth yang pertama adalah proses kredit relatif cepat dan mudah sebanyak enam nara sumber. Atribut produk KPR Bank Commonwealth kedua yaitu biaya *appraisal* mahal sebanyak empat nara sumber. Atribut produk KPR Bank Commonwealth ketiga yaitu suku bunga yang kompetitif sebanyak empat nara sumber. Selanjutnya atribut produk KPR Bank Commonwealth keempat yaitu bebas biaya kredit, di antaranya biaya provisi, administrasi dan penalti pelunasan lebih awal, sebanyak dua nara sumber.

4.2.7 Atribut yang Memotivasi Debitur dalam Keputusan Pembelian Produk KPR Bank Commonwealth

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:64), motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam individu yang memaksa untuk bertindak. Kekuatan dorongan tersebut dihasilkan dari suatu tekanan yang diakibatkan oleh belum atau tidak terpenuhinya kebutuhan. Kemudian bersama-sama dalam proses kognitif dan pengetahuan yang didapatkan, maka dorongan akan menimbulkan perilaku untuk mencapai tujuan atau pemenuhan kebutuhan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:78), motivasi pembelian rasional menganggap bahwa para konsumen mempertimbangkan semua alternatif dan memilih alternatif yang memberikan kegunaan terbesar. Para konsumen memilih sasaran didasarkan pada kriteria objektif seperti ukuran, harga. Motivasi pembelian emosional digunakan pada saat pilihan pembelian ditentukan berdasarkan kriteria selektif yang subyektif, seperti kebanggaan, kasih sayang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:178), keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Menurut Mullins (2008) tipe pengambilan keputusan *high involvement purchase* adalah pembelian yang menuntut tingkat keterlibatan yang tinggi. Keputusan pembelian atas produk atau jasa, umumnya melibatkan jumlah uang yang cukup besar, dan memiliki risiko finansial. Tingkat keterlibatan seseorang pada pembelian produk atau jasa tergantung dari jenis kebutuhan yang ingin dipenuhi dan ketersediaan sumber daya. Tipe pengambilan keputusan *low involvement purchase* adalah pembelian yang melibatkan keterlibatan rendah dari

konsumen. Keputusan pembelian atas produk atau jasa yang tidak terlalu penting bagi konsumen.

Menurut Mowen dan Minor (1998:256) setiap konsumen memiliki tingkat kepentingan yang berbeda bagi setiap atribut. Tingkat kepentingan atribut merupakan penilaian individu terhadap seberapa penting atribut untuk produk atau jasa. Tingkat kepentingan atribut dipengaruhi secara langsung oleh atensi konsumen terhadap atribut tersebut. Semakin besar atensi konsumen terhadap suatu atribut, semakin penting atribut tersebut dimata konsumen.

Menurut Tjiptono (2008:103), atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut yang membentuk produk KPR Bank Commonwealth yang memotivasi debitur dalam keputusan pembelian produk KPR, berikut penuturan dari nara sumber IWN.

“Personal selling dari Ales. Udah Pak Iwan, saya urusin, si Agung bilang. “Ah yang bener gung? Ya udah saya ambil.” (IWN,03 September 2014)

Dari nara sumber IWN bahwa pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan pembelian produk adalah pegawai bank dimana sebagai *influencer* yaitu orang yang berperan sebagai pemberi pengaruh terhadap keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2012:196). Pegawai bank tersebut adalah sumber informasi yang paling memengaruhi sehingga debitur mengambil produk KPR dengan keyakinan bahwa proses kredit akan ditangani dan diberikan pelayanan yang baik oleh pegawai bank yang beliau percaya.

Atribut produk KPR yang menurut IWN memberikan motivasi dalam pengambilan keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth adalah

kemudahan proses yang beliau rasakan, dengan adanya pegawai bank yang mengurus dari awal proses pengajuan kredit sampai pada persiapan akad kredit. Berdasarkan pengalaman di bank lain sebelumnya yang IWN rasakan, beliau mengatakan berikut ini.

“Kemudahan, kebetulan pada saat yang sama saya juga ambil di bank lain, saya gak mau sebut nama bank-nya. Haduh saya sebel sedihnya luar biasa bumi sama langit ya, disamping itu di sana gak ada Mbak Eka ya.” (IWN,03 September 2014)

“Jadi gini..kita tau ada prosedurnya di hukum segala macam tapi gak usah kita yang pusing dong, biar notaris yang atur semua, jadi sehingga buat kita lebih enak, ini enggak segala macam kita yang siapin. Sebenarnya kenapa gak kamu aja semua yang bikin surat-surat, saya tinggal tanda tangan, kan enak gitu jadi gak repot.” (IWN,03 September 2014)

IWN menjelaskan lebih lanjut.

“Lebih karena kemudahan sama keramahan. Itu anda punya notaris yang udah ketemu, ”Oh, Pak Iwan gak usah pusing-pusing Pak.” “Saya percaya aja tanda tangan, kayak gitu..ngomong kayak gitu dia bilang kenal saya, saya mikir kenal dari mana, tapi gaya seperti itu membuat orang jadi seneng, gitu ya kan. Kita kadang-kadang suka, kayak saya ni kalo ketemu satpam dibawah saya sebut nama, kan pasti namanya disini. Sebetulnya kita sebut nama dia seneng kan, wah bapak itu kenal saya, tapi kan buat dia jadi merasa manusia begitu.” (IWN,03 September 2014)

“Nah sama juga disana, enak banget tuh notaris bilang, Pak Iwan Pontjowinoto ya, dulu kan bapak ini..ini..ini, padahal mungkin dia iseng *browsing* di internet siapa orang ini, jadi seolah-olah seneng, nah itu saya kira gak sengaja ya itu menyenangkan.” (IWN,03 September 2014)

Menurut IWN, keramahan pelayanan yang diberikan oleh notaris rekanan Bank Commonwealth membuat beliau terkesan dan merasa dihargai. Berdasarkan pengalaman yang beliau alami berikut penuturannya.

“Kalo di Commonwealth sesuai, yang lain saya lunasin kan. Saya ambil Commonwealth dulu cuma 500 juta kan untuk saya ngurusin yang lain, yang lain saya urusin maunya itu buat 5 sampai 10 tahun, gak sampe setahun saya lunasin, kesel saya soalnya.” (IWN,03 September 2014)

“Disini saya kadang-kadang lupa bayar, di sana itu ngomongnya tuh sadis gitu, yah pokoknya apa, bapak belum bayar ini sudah masuk kol dua loh ngapain gitu saya juga tau, “Kapan mau bayar, kapan mau bayar?” kan jadi ga enak seperti gue tuh apa namanya pesakitan, kayak orang yang suka ngeplang gitu, duit sih gw ada, tapi kan namanya *timing* segala macam, kan kerjaan gak cuma itu doang ngerjain macem-macem banyak, jadi ini bukan pekerjaan yang penting banget buat saya urusan ini. Jadi tau diri dikit kek, akhirnya gue bayar juga kan ada penalti, penaltiin aja, saya bilang gitu. Saya bayar satu hari sebelum bulan berikutnya saking keselnya. Penaltiin aja gak apa-apa, sampek saya bilang gitu, akhirnya kepala cabang telpon saya, “Yah pak jadi saya susah nih *cash* provisi”. “Yah ngomong gitu dong, *you* seakan-akan saya yang apa namanya, saya yang jelek saya gak mau enak aja,” kalo *you* ngomong, “Pak tolong pak kalo bapak telat nanti kita ingatkan”. “Saya kan jadinya ngerasa gak enak gitu, penerimaannya beda.” (IWN,03 September 2014)

Dari penuturan beliau menyatakan ketidaknyaman dengan cara yang digunakan oleh bank lain tersebut dalam hal penagihan angsuran KPR apabila terjadi keterlambatan. Hal ini menjadi pertimbangan debitur yaitu pelayanan bank dalam penggunaan cara berkomunikasi yang lebih baik yaitu dengan sopan dan beretika untuk penagihan angsuran KPR.

Dari nara sumber BRT atribut produk KPR yang memotivasi pembelian produk KPR Bank Commonwealth adalah respon dari bank yang relatif cepat dan *follow up* secara aktif, penuturannya berikut ini.

“Dari beberapa bank yang masuk, waktu itu yang responnya cepet pertama itu ya Commbank ini, dia langsung respon, *file*-nya saya kirim beberapa bank, namun yang respon baru Commbank aja yang cepet gitu” “Dia *follow up* dia langsung minta lagi data lainnya, trus ya termasuk cepatlah hitungannya tuh, sebulan setelah saya kirim langsung di-*follow up* gitu.” (BRT,20 September 2014)

Dari nara sumber RKY yang memotivasi beliau yaitu atribut suku bunga dan *fixed* selama 3 tahun. RKY mengatakan berikut ini.

“Awalnya biar lebih rendah, *fixed* 3 tahun 8,25.” (RKY,03 Oktober 2014)
“Yang paling motivasi ya, sama kayak tadi yah fitur dan layanan, programnya kan memang lagi program serba bebas, tapi gak bebas

angsuran. Karena pelayanannya menurut saya dibandingkan pengalaman saya yang di bank lain itu termasuk bagus, begitu..untuk proses.” (RKY,03 Oktober 2014)

Selain itu menurut RKY yang memotivasi adalah fitur produk KPR Bebas yaitu bebas biaya provisi, bebas biaya administrasi dan bebas biaya penalti, serta pelayanan yang baik pada saat menjalankan proses kredit. Berdasarkan pengalaman untuk proses kredit sebelumnya di bank lain RKY menjelaskan berikut ini.

“Waktu itu sempet ada apa namanya..bentrok ya sebenarnya saya waktu itu ngalihin justru pada saat proses setelah KPR saya yang ke-2 justru gitu. Jadi begitu saya yang ke-2 juga di BNI kan, nah begitu pas pengajuan yang ke-2 gak terlalu *smooth*, jadi aku bentrok sama notaris mereka. Aku udah mulai males setelah itu aku malah alihin KPR yang pertama.” (RKY,03 Oktober 2014)

Menurut nara sumber HNF atribut produk KPR Bank Commonwealth yang memotivasi beliau dalam keputusan pembelian sebagai berikut.

“Di Commonwealth diskon 2% kan, nah itu saya pegang abis makanya saya pilih Commonwealth. Dari semua bank gak ada yang seperti itu, cuma ini aja..itu yang kenapa saya pilih itu. Temen juga nanya kenapa pilih situ, kenapa gak coba Panin, NISP atau BCA. BCA tuh, Mandiri dekat, Mandiri udah mau diurus cuma bunganya gede dia kasih *flat*, yang pertama 10%, tahun kedua ngikutin suku bunga pasar, naiknya bisa 12% 13%, ngelonjaknya gede.” (HNF,08 Oktober 2014)

Atribut yang memotivasi beliau adalah suku bunga diskon 2% dari *floating rate* Bank Commonwealth. Selain itu atribut lainnya produk KPR yang memotivasi HNF sebagai berikut.

“Ya *marketing*-nya, kalo saya orang nya, kamu cukup kerjasamanya bagus itu aja. Ya saya hargain banget dan *commit*, walaupun tawaran di luar banyak menggiurkan, saya udah *commit* dari tahun lalu ya, berhubungan walau gak ketemu, ya dari sisi kamu kalo bisa gaya nya jangan dirubah, ya hadapin *customer* kayak gini..enak gitu. Trus masukkannya juga bagus, siapin ini, ibaratnya kalo bisa informasi yang dibutuhkan kalo bisa pelurunya disiapin di depan, jangan setengah-setengah, ini dulu nanti ini

lagi, ya itu proses. Yang penting intinya ini bisa *goal* aja.” (HNF,08 Oktober 2014)

Beliau menjelaskan dari pengajuan ke beberapa bank terdapat kendala sehingga beliau memutuskan melanjutkan di Bank Commonwealth.

“Dari internet, dari tiga *marketing* itu yang bisa dilanjutin cuma Commonwealth nah dari situ saya putusin ambil Commonwealth. BNI BI *check*-nya gak lolos, Panin gak di-*follow up*. Niaga nawarin lagi malah cuma mereka *rate*-nya tinggi Niaga kasih 12,5% *marketing*-nya bilang ngelanjutin, tenor ditambahin 2 tahun, rumah sama multiguna juga dia, tetep survei juga prosedur sama cuma survei aja sama bayar notaris asuransi tetep pake yang lama.” (HNF,25 Oktober 2014)

Beliau juga mengatakan pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan adalah istri beliau, di mana sebagai pemberi pengaruh (*influencer*) yaitu orang yang berperan sebagai pemberi pengaruh terhadap keputusan pembelian, berikut penuturannya.

“Kalo itu saya rembukkan keluarga, sama istri gimana nih, selalu kalo keputusan tuh diambil berdua sama istri. Ya sudah kita ambil saja karena motivasinya cicilan kita dijadi satu udah kita jalanin aja dulu. Motivasinya sebenarnya mau Commonwealth kek mau apa, yang penting utangnya bisa dijadiin satu itu motivasinya, mau bank mana saja sebenarnya gak milih, kebetulan Commonwealth yang bisa nangkap kebutuhan kita.” (HNF,25 Oktober 2014)

Selain itu motivasi beliau dalam pembelian produk KPR Bank Commonwealth adalah menjadikan semua fasilitas kewajiban hutang menjadi satu fasilitas kredit dan Bank Commonwealth dapat memenuhi kebutuhannya tersebut. Kemudian proses *take over* dari Bank Commonwealth yang memberikan kemudahan.

“Kalo bagi saya *take over* di Bank Commonwealth mudah, saya gak tau bagi nasabah lain karena saya bilang *take over* jodoh-jodohan gak mulus seperti yang kita mau. Contoh kayak Mandiri saya pengen banget di Mandiri karena *salary* saya disitu, saya gak pusing transfer langsung *autodebet*, *payroll* disitu, cuman cara mereka proses *take over* saya gak suka. Commonwealth itu bagus, sama kayak BTN diurusin sampai habis sampai tuntas cuman kemaren BTN *stuck*, stop-nya karena kol 2 di saya

akhirnya ya udahlah akhirnya *cancel*. Analisisnya bilang ini kol 2 gak bisa ini.” (HNF,25 Oktober 2014)

Dari nara sumber STV atribut produk KPR Bank Commonwealth yang memotivasi dalam keputusan pembelian sebagai berikut.

“Motivasi terbesar saya adalah saya mau mengecilkan periode angsuran saya, kan awalnya saya berapa tahun tuh, sekarang di Commbank jadi enam tahun.” (STV,13 Oktober 2014)

“Sebenarnya dari Ryan sih, Ryan akhirnya ajak bosnya tuh siapa, dan itu membuat saya secara pribadi lebih menarik juga buat saya. Ya kan kemaren sempet di *approach* juga, cerita-cerita tentang fasilitas segala macem. *Approach*-nya Ryan, sebenarnya sisi itu sedikit ya, cuma komitmen yang sudah saya dapet ketika dia ajak bos nya itu aja. Jadi meyakinkan saya aja, bahwa dia gak cuma ngomong doang.” (STV,13 Oktober 2014)

“Kalo Commbank gak kasih 3 tahun kita juga gak bakal ambil.” (STV,13 Oktober 2014)

Berdasarkan penuturan dari STV, bahwa yang memotivasi dalam pembelian produk KPR Bank Commonwealth adalah dapat memperpendek tenor kredit dan suku bunga masa *fixed* 3 tahun. Selain itu dari pegawai bank yang melakukan pendekatan dengan cara berkunjung ke tempat beliau bersama dengan atasannya sehingga beliau merasa yakin dan memberikan komitmen.

Menurut nara sumber FRY, motivasi dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth adalah sebagai berikut.

“Saya termotivasi itu karena Pak Irfan menjanjikan prosesnya cepat, satu minggu ya dari ngasih berkas itu cepat menurut saya diantara bank yang saya pernah kredit itu, paling cepet Commonwealth. Nah itu harus dipertahankan, karena konsumen akan melihat gitu, kalo di bank lain, bank mana ajalah saya udah ke bank DKI, Bank BCA, bank mana aja gitu. Prosesnya itu hampir sebulan. Kalo bank-bank kayak BNI, BTN BRI malah dua bulan, lebih lama.” (FRY,13 Oktober 2014)

Menurut FRY motivasi beliau adalah proses kredit yang relatif cepat dan mengenal pegawai bank sehingga memberikan rasa percaya.

“Jujur aja yang pertama saya karena kenal ya, orang itu kenal lebih dekat saya lebih percaya, itu aja.” (FRY,13 Oktober 2014)

“KPR Bebas, bebas biaya, penalti itu gak ada di bank lainnya..oh ada syariah juga gak ada penalti. Bank swasta semua pake penalti. Yang kedua *autodebet* juga, bisa ke bank apa aja kan, pembayarannya karena *payroll* itu, gaji itu kan belum tentu di Bank Commonwealth, jadi saya bisa fleksibel yang penting saya bisa transfer ke sana.” (FRY,13 Oktober 2014)

“Prosesnya lebih cepet *on time* lah, prosesnya dua minggu.” (FRY,13 Oktober 2014)

Selain itu motivasi FRY lainnya adalah program KPR Bebas yaitu bebas biaya termasuk penalti untuk pelunasan lebih awal, serta kemudahan Bank Commonwealth dalam pentransferan dana untuk pembayaran angsuran dan proses kredit yang relatif cepat.

Menurut nara sumber NVT motivasi beliau dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth adalah proses *take over* yang mudah dan referensi dari rekan kerja beliau yang juga mempunyai fasilitas KPR di Bank Commonwealth.

“Salah satunya itu tadi *take over* kredit, *take over* nya mudah bener itu baru keinget. Mudah sekali jadi kita gak ribetlah udah diurusin semua soalnya oleh Commonwealth. Referensi itu menurut saya yang paling penting karena kan dia ada orang dalemnya terus juga dia juga pake, ya lebih yakinlah.” (NVT,17 Oktober 2014)

Dari nara sumber AYS yang memotivasi dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth, beliau merupakan nasabah *existing* Bank Commonwealth, berikut penuturannya.

“Ya karena itu, udah disitu gak terlalu berbelit-belit lagi, kalo berhubungan saya gak terlalu berhubungan dengan banyak orang, jadi satu saja.” (AYS,25 Oktober 2014)

“Ya salah satu faktor itu ya, sehingga kan penilaiannya mungkin lebih cepet karena kita udah ada, daripada kita mulai dari baru kan pasti banyak penilaian lebih.” (AYS,25 Oktober 2014)

Atribut yang memotivasi adalah kemudahan proses kredit dan pelayanan dari cabang Bank Commonwealth dimana beliau melakukan transaksi keuangan.

“Ya itu satu gak terlalu berbelit-belit, yang kedua pelayanan di kantor cabangnya yang lumayan bagus ya, *customer service*-nya juga oke itu aja sih. Keinginan kita ke bank kan ingin ambil kredit, setelah kita dapatkan bagaimana pelayanannya yang terdekat yang ternyaman bagi kita.” (AYS,25 Oktober 2014)

Menurut AYS untuk pegawai Bank Commonwealth cukup responsif dalam memberikan pelayanannya kepada nasabah, sehingga beliau cukup mengajukan fasilitas kredit ke satu bank saja, berikut penuturan beliau.

“Sepanjang ini sih saya gak pernah *complain* ya, karena selama ini kebutuhan saya terpenuhi ya udah..kan cukup tanggap gitu jadi kita gak banyak keluhan.” (AYS,25 Oktober 2014)

“Terlalu banyak pusing, bingung juga permintaan ini kadang berbeda kalo satu kan fokus. Cuman paling kalo sudah bagus dipertahankan, karena orang kan kalo diperhatiin seneng intinya itu aja.” (AYS,25 Oktober 2014)

Hasil wawancara dengan nara sumber diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 4.3 Atribut Produk KPR Bank Commonwealth yang Memotivasi

Keputusan Pembelian Produk

No	Nara Sumber	Atribut Produk KPR Bank Commonwealth Memotivasi Keputusan Pembelian Produk
1	IWN	<ul style="list-style-type: none"> - Pegawai bank sebagai orang yang berperan sebagai pemberi pengaruh terhadap keputusan pembelian (<i>influencer</i>) dan sumber informasi yang paling memengaruhi debitur sehingga mengambil keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth. - Berdasarkan pengalaman sebelumnya di bank lain, di Bank Commonwealth debitur merasakan kemudahan proses, yaitu dengan adanya pegawai bank yang mengurus seluruh proses pengajuan kredit. - Keramahan notaris rekanan Bank Commonwealth membuat debitur merasa dihargai. - Berdasarkan pengalaman nasabah di bank lain

Lanjutan Tabel 4.3		
		yaitu ketidaknyamanan dalam berkomunikasi penagihan jika terjadi keterlambatan pembayaran angsuran KPR.
2	BRT	<ul style="list-style-type: none"> - Dalam proses kredit, respon dari pegawai Bank Commonwealth yang cepat. - Pegawai bank yang aktif <i>follow up</i> kepada debitur dalam proses kredit.
3	RKY	<ul style="list-style-type: none"> - Suku bunga lebih rendah. - Fixed selama 3 tahun. - Program KPR Bebas yaitu bebas biaya provisi, biaya administrasi, biaya penalti pelunasan. - Pelayanan pada saat proses kredit baik. - Pengalaman debitur pada proses kredit sebelumnya di bank lain tidak lancar.
4	HNF	<ul style="list-style-type: none"> - Suku bunga diskon 2% dari <i>floating rate</i> Bank Commonwealth. - Pegawai bank memberikan informasi yang dibutuhkan. - Pengajuan ke beberapa bank lain terdapat kendala. - Pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan adalah istri sebagai orang yang berperan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian (<i>influencer</i>). - Menggabungkan kewajiban hutang menjadi satu fasilitas kredit di Bank Commonwealth. - Proses <i>take over</i> yang mudah diurus seluruhnya oleh pihak Bank Commonwealth.
5	STV	<ul style="list-style-type: none"> - Memperpendek periode angsuran di Bank Commonwealth. - Pegawai bank bersama dengan atasannya melakukan pendekatan sehingga calon debitur merasa yakin dan memberikan komitmen. - Suku bunga dengan masa <i>fixed</i> 3 tahun.
6	FRY	<ul style="list-style-type: none"> - Pegawai bank menjanjikan proses kredit yang cepat dan di antara bank lainnya Bank Commonwealth paling cepat. - Debitur mengenal pegawai bank sehingga memberikan rasa kepercayaan. - Program KPR Bebas, bebas biaya penalti untuk pelunasan lebih awal. - Kemudahan Bank Commonwealth dalam mentransfer pembayaran angsuran KPR.
7	NVT	<ul style="list-style-type: none"> - Proses <i>take over</i> yang mudah semua diurus oleh pihak Bank Commonwealth. - Referensi dari rekan kerja debitur yang sudah

Lanjutan Tabel 4.3 mempunyai fasilitas KPR Bank Commonwealth.		
8	AYS	<ul style="list-style-type: none"> - Proses tidak berbelit-belit. - Tidak berhubungan dengan banyak orang hanya fokus satu pengajuan ke Bank Commonwealth. - Debitur merupakan nasabah <i>existing</i> yang sudah mempunyai fasilitas di Bank Commonwealth sehingga penilaian kredit lebih cepat pada proses kredit. - Pelayanan kantor cabang Bank Commonwealth yang baik dari <i>Customer Service</i> dalam transaksi keuangan yang terdekat dan ternyaman. - Kebutuhan nasabah terhadap kredit terpenuhi. - Pegawai Bank Commonwealth responsif, sehingga nasabah mengajukan fasilitas kredit ke satu bank saja yaitu Bank Commonwealth.

Sumber : Data Primer

Sumber data primer dapat diketahui yang menjadi motivasi pembelian produk KPR Bank Commonwealth. Dari keseluruhan atribut produk KPR yang disebutkan oleh para nara sumber diperoleh urutan suara terbanyak. Atribut produk KPR Bank Commonwealth yang menjadi motivasi pertama adalah pelayanan proses kredit relatif cepat dan mudah.

Pelayanan proses kredit relatif cepat dan mudah di antaranya pegawai bank yang mengurus seluruh proses pengajuan kredit, dalam proses kredit respon dari pegawai Bank Commonwealth yang cepat, pegawai bank yang aktif *follow up* kepada debitur dalam proses kredit, pelayanan yang baik pada saat proses kredit, pegawai bank memberikan informasi yang dibutuhkan, proses *take over* yang mudah diurus seluruhnya oleh pihak Bank Commonwealth, pegawai bank menjanjikan proses kredit yang cepat dan di antara bank lainnya Bank Commonwealth paling cepat, proses kredit tidak berbelit-belit, nasabah *existing* yang sudah mempunyai fasilitas di Bank Commonwealth sehingga penilaian

kredit lebih cepat pada proses kredit, pegawai Bank Commonwealth responsif sehingga nasabah mengajukan fasilitas kredit ke satu bank saja yaitu Bank Commonwealth, dari tujuh nara sumber yang menyebutkan pelayanan proses kredit yang relatif cepat dan mudah. Selanjutnya atribut produk KPR Bank Commonwealth yang menjadi motivasi yaitu suku bunga KPR Bank Commonwealth sebanyak tiga nara sumber. Selanjutnya atribut produk KPR Bank Commonwealth ketiga yaitu bebas biaya kredit, di antaranya biaya provisi, administrasi dan penalti pelunasan lebih awal, sebanyak dua nara sumber.

Selain itu yang memotivasi debitur adalah sebagai berikut, pegawai bank sebagai *influencer* dan sumber informasi yang paling memengaruhi sehingga mengambil keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth. Dari salah satu debitur yaitu istri sebagai orang yang berperan pemberi pengaruh terhadap keputusan pembelian. Seorang debitur yang lain yaitu dari pegawai bank bersama atasannya melakukan pendekatan dengan berkunjung kepada debitur sehingga merasa yakin dan memberikan komitmen. Seorang debitur lainnya yaitu mengenal pegawai bank sebelumnya sehingga memberikan rasa kepercayaan. Dari seorang debitur yaitu dari referensi rekan kerja yang sudah mempunyai fasilitas KPR Bank Commonwealth.

4.3 Pembahasan

Dalam menggunakan fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) debitur mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan yang belum terpenuhi tersebut membuat debitur memiliki suatu dorongan perilaku untuk tujuan

pemenuhan kebutuhan yang dirasakan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:7), perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:73), kebutuhan terdiri atas kebutuhan bersifat fisiologis (*biogenis*) meliputi makanan, air, udara, pakaian, perumahan. Kebutuhan biogenis dianggap sebagai kebutuhan primer atau motif primer. Kebutuhan perolehan (*acquired needs*) kebutuhan yang dipelajari dari kebudayaan dan lingkungan meliputi memperoleh penghargaan diri, martabat, kasih sayang, kekuasaan dan pengetahuan. Kebutuhan perolehan bersifat psikologis disebut kebutuhan sekunder atau motif sekunder. Berdasarkan wawancara dari debitur kebutuhan ditekankan pada kebutuhan primer yaitu memiliki tempat tinggal menjadi tujuan dalam mengambil fasilitas KPR di bank. Beberapa debitur lainnya mempunyai tujuan lain yaitu investasi pada properti, melakukan renovasi rumah lainnya, dan untuk pengembangan usaha debitur dimana merupakan kebutuhan sekunder.

Menurut Engel, *et al.*, (2006:285) kebutuhan yang dirasakan (*felt needs*) dibedakan berdasarkan kepada manfaat yang diharapkan dari pembelian dan penggunaan produk. Pertama adalah kebutuhan utilitarian (*utilitarian needs*) yang mendorong konsumen membeli produk karena manfaat fungsional dan karakteristik objektif dari produk. Kedua adalah kebutuhan ekspresif (*expressive needs*) kebutuhan yang bersifat psikologis seperti rasa puas, gengsi, emosi dan perasaan subjektif lainnya. Manfaat yang debitur harapkan dengan menggunakan fasilitas KPR, yaitu sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan mendapatkan

tempat tinggal, untuk pembangunan rumah dengan menggunakan pembiayaan dari dana bank, menyediakan likuiditas dana lebih cepat, membantu debitur dalam keuangan untuk memiliki rumah tetapi tidak mempunyai uang secara tunai dalam jumlah besar, mengatur *cash flow* keuangan debitur, serta manfaat dari asuransi jika terjadi risiko yaitu asuransi jiwa untuk debitur dan asuransi kebakaran untuk agunan. Dari kebutuhan yang dirasakan oleh debitur (*felt needs*) tersebut merupakan kebutuhan utilitarian (*utilitarian needs*) yang mendorong debitur membeli produk karena manfaat fungsional dan karakteristik objektif dari produk yaitu dalam hal ini dengan mempertimbangkan atribut produk KPR bank yang diperoleh debitur dari berbagai sumber informasi.

Menurut Kotler dan Keller (2012:12), kebutuhan (*needs*) adalah syarat hidup dasar manusia. Orang membutuhkan udara, makanan, air, pakaian, dan tempat tinggal untuk dapat bertahan hidup. Kebutuhan-kebutuhan ini menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Keinginan (*wants*) adalah kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. Keinginan debitur yaitu keuntungan yang didapatkan produk KPR di antaranya dari sisi suku bunga dan biaya kredit. Suku bunga yang kompetitif dan stabil, harapan debitur terhadap suku bunga dan biaya lebih rendah, kemudian keuntungan lainnya dari investasi properti yang semakin meningkat.

Perilaku menurut Schiffman dan Kanuk (2007:73) adalah berorientasi tujuan (*goal oriented behavior*). *Generic goals* merupakan tujuan umum yang konsumen pandang sebagai cara untuk memenuhi kebutuhannya. Tujuan debitur

tersebut merupakan tujuan umum (*generic goals*) yang ingin dicapai untuk memenuhi kebutuhan masing-masing debitur yang berbeda-beda. Usaha untuk mencapai tujuan tersebut yaitu dengan cara mengambil Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Kedua, *product specific goal* yaitu produk atau jasa merek tertentu yang mana konsumen pilih untuk memenuhi kebutuhan. Untuk *product specific goal* debitur akan mempelajari dari produk atau jasa merek tertentu dengan pengetahuan dari informasi yang konsumen peroleh. Konsumen akan berperilaku yang berorientasi mencapai tujuan (*goal oriented behavior*) untuk memenuhi kebutuhannya tersebut.

Sumber informasi yang debitur peroleh mengenai produk KPR yaitu dari berbagai sumber. Menurut Kotler dan Keller (2012:188), sumber-sumber informasi ini meliputi sumber pribadi yaitu keluarga, teman, tetangga, rekan. Sumber komersial yaitu iklan, situs Web, wiraniaga. Sumber publik yaitu media massa, organisasi pemeringkat konsumen. Sumber pengalaman yaitu penanganan, pemeriksaan, dan penggunaan produk. Debitur mendapatkan informasi mengenai produk KPR di antaranya dari sumber pribadi yaitu dari rekan kerja, kenalan bisnis, dan pegawai bank. Sumber pribadi merupakan sumber informasi yang paling memengaruhi, di antaranya yaitu pegawai bank yang mempunyai hubungan yang baik dengan debitur, referensi dari teman atau relasi bisnis, referensi dari pertemanan di lingkungan tempat kerja, di mana sudah mempunyai produk yang sama di bank tersebut. Sumber publik dan komersial yaitu internet *call center*, situs Web bank dan iklan pada surat kabar yaitu koran, selain itu dari debitur lainnya yaitu nasabah *existing* memperoleh informasi dari kantor cabang bank

dimana sering melakukan transaksi perbankan. Sumber publik komersial yang paling memengaruhi dari beberapa debitur yaitu melalui *website* bank. Sumber lainnya yang memengaruhi debitur yaitu sumber publik dari media sosial. Kemudian dari sumber pengalaman yaitu nasabah *existing* yang sudah mempunyai fasilitas KPR sebelumnya dan mengambil fasilitas KPR kedua di bank yang sama. Menurut Kotler dan Keller (2012:188), secara umum konsumen menerima informasi terpenting mengenai produk dari sumber komersial yang dikendalikan oleh pemasar. Namun sumber yang paling efektif berasal dari sumber pribadi atau sumber publik yang merupakan sumber independen. Sumber komersial biasanya melakukan fungsi informasi, dan sumber pribadi melakukan fungsi legitimasi atau evaluasi yaitu membenarkan atau mengevaluasi produk bagi konsumen.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut bank menawarkan produk KPR dengan atribut produknya dalam rangka menarik perhatian calon debitur, sehingga penting untuk mengetahui atribut produk KPR yang menjadi fokus perhatian debitur. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:248), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Atribut produk (Kotler dan Armstrong, 2012:254) adalah pengembangan suatu produk dan jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa atribut produk KPR yang menjadi fokus perhatian debitur yang pertama adalah pelayanan pada proses kredit yang mudah dan cepat, dalam hal ini kemudahan mengurus proses kredit oleh pegawai bank, proses kredit yang cepat dalam mengeluarkan persetujuan kredit, pelayanan

pegawai bank yang cepat tanggap dan responsif, pada saat proses kredit cepat dan tanggap dalam memberikan informasi proses kredit, pegawai bank yang memberikan masukan solusi untuk nasabah, kemudahan proses untuk *take over* dari bank lain, proses kredit yang tidak berbelit-belit dan kemudahan mendapatkan informasi pada saat proses kredit, dan respon dari pihak bank yang cepat. Atribut produk KPR kedua yaitu suku bunga kredit yang kompetitif juga menjadi fokus perhatian debitur dalam mencari informasi produk KPR. Atribut produk KPR ketiga yaitu biaya kredit khususnya terdapat biaya penalti pelunasan lebih awal.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:254), manfaat atribut produk yang ditawarkan dan disampaikan melalui atribut produk seperti kualitas, fitur dan rancangan produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya. Kualitas mempunyai dampak langsung terhadap performa produk dan layanan berkaitan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen. Fitur produk adalah alat untuk bersaing yang membedakan dari produk pesaing. Rancangan produk merupakan keistimewaan yang memengaruhi penampilan fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.

Untuk memenuhi *product specific goal*, debitur akan mempelajari dari produk atau jasa merek tertentu dengan pengetahuan dari informasi yang diperoleh, yaitu produk atau jasa merek tertentu yang mana konsumen pilih untuk memenuhi kebutuhan. Menurut debitur Bank Commonwealth atribut produk KPR Bank Commonwealth dalam komponen atribut produk kualitas, fitur dan rancangan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4 Komponen Atribut Kualitas, Fitur dan Rancangan Produk KPR

Bank Commonwealth

No.	Komponen Atribut Produk	Komponen Atribut Produk KPR Bank Commonwealth
1	Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> - Fleksibilitas dan kemudahan bertransaksi pada pelayanan Bank Commonwealth dapat lebih leluasa dalam transaksi keuangan dan kenyamanan nasabah. - Proses kredit yang relatif cepat. - Dokumen persyaratan dalam pengajuan kredit cepat diberikan respon. - Pengurusan <i>take over</i> diurus secara langsung oleh pihak Bank Commonwealth. - Jika ada keterlambatan dalam pembayaran segera diinformasikan ke nasabah. - Pelayanan akad kredit baik. - Notaris rekanan Bank Commonwealth tidak kaku dan bisa mengikuti nasabah dimana notaris datang. - Proses <i>simple</i> tidak berbelit-belit. - Dokumen pengajuan tidak terlalu ribet. - Pertanyaan tidak terlalu sulit. - Reputasi bank internasional baik. - Administrasi kredit yang agak lama untuk proses <i>take over</i>. - Proses sertifikat dan dokumen akad kredit yang belum selesai dari notaris sehingga bank belum dapat memberikan <i>copy</i> sertifikat. - Dari pihak notaris jadwal akad kredit diundur. - Cek sertifikat tidak efektif dan efisien karena dilakukan dua kali untuk jaminan yang sama. - Kemudahan transaksi pembayaran angsuran dari bank lain. - Pelayanan untuk pemilihan tempat akad kredit dilaksanakan dapat menyesuaikan dengan lokasi debitur adalah nilai tambah dari Bank Commonwealth.

		Lanjutan Tabel 4.4
		- Persyaratan dokumen untuk pengajuan tidak sulit.
2	Fitur	- Penilai agunan oleh Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) atau <i>appraisal</i> baik hasil laporannya walau relatif lebih mahal daripada bank lain. Laporan yang diberikan lengkap dan terperinci.
		- Penilaian agunan untuk pencairan bertahap pembangunan rumah oleh KJPP sesuai dengan kondisi sebenarnya.
		- Bebas biaya provisi.
		- Bebas biaya penalti.
		- Bebas biaya administrasi.
		- Suku bunga 2% dibawah <i>floating rate</i> Bank Commonwealth.
		- Program KPR Bebas di Bank Commonwealth dapat berlaku untuk semua konsumen bukan secara khusus untuk program pegawai perusahaan saja.
		- Biaya <i>appraisal</i> yang mahal.
		- Hasil penilaian agunan yang cukup realistis sesuai dengan harga pasar di kawasan perumahannya.
		- Bunga <i>fixed</i> 3 tahun.
		- Biaya kredit relatif besar untuk <i>long term</i> .
		- Hasil laporan <i>appraisal</i> tidak sesuai harga pasar di kawasan perumahannya.
		- Memanfaatkan fasilitas ATM Bank Commonwealth yaitu dapat menarik dana dari ATM mana saja.
3	Rancangan	- Plafon kredit sesuai kebutuhan debitur.
		- Tenor kredit yang sesuai dengan keinginan debitur.
		- Produk yang dikondisikan dengan kebutuhan debitur dalam hal kemampuan bayar angsuran.
		- Bank Commonwealth dapat men- <i>take over</i> kewajiban hutang debitur dijadikan dalam satu fasilitas kredit.
		- Kebijakan Bank Commonwealth terhadap persyaratan <i>take over</i> penilaian periode 6 bulan <i>historical credit</i> .
		- Persyaratan dokumen pengajuan kredit

		Lanjutan Tabel 4.4 yaitu rekening pendebet angsuran harus periode 6 bulan untuk <i>take over</i> dari bank lain.
		- Pencairan dana dari Bank Commonwealth untuk pelunasan fasilitas KPR langsung ke bank yang akan di- <i>take over</i> , dimana bank lain tidak sama yaitu menggunakan dana sendiri untuk melunasi (<i>reimburse</i>).
		- Tenor kredit dan besarnya angsuran sesuai dengan keinginan debitur.
		- Persyaratan blokir dana sebesar 1 bulan angsuran debitur merasa keberatan.

Sumber : Data Primer

Menurut Kotler dan Keller (2012:188), konsep dasar proses evaluasi yaitu pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan. Konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa atribut produk KPR Bank Commonwealth yang pertama adalah proses kredit relatif cepat dan mudah yaitu di antaranya proses kredit yang relatif cepat, dokumen persyaratan dalam pengajuan kredit cepat diberikan respon, proses sederhana dan tidak berbelit-belit, pertanyaan pengajuan kredit tidak sulit, persyaratan dokumen tidak sulit, dan pengurusan *take over* diurus secara langsung oleh Bank Commonwealth, pelayanan akad kredit baik, notaris dapat mengikuti lokasi debitur, pemilihan akad kredit dilaksanakan menyesuaikan lokasi debitur. Kumpulan atribut-atribut

tersebut termasuk ke dalam atribut kualitas produk, yaitu kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yang mempunyai dampak langsung terhadap performa produk dan layanan berkaitan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen.

Atribut produk KPR Bank Commonwealth kedua yaitu biaya *appraisal* untuk penilai agunan yang menurut debitur biaya tersebut relatif mahal dibandingkan dengan bank lain. Atribut produk KPR Bank Commonwealth ketiga yaitu suku bunga kompetitif yaitu suku bunga 2% di bawah *floating rate* Bank Commonwealth. Selanjutnya atribut produk KPR Bank Commonwealth keempat yaitu bebas biaya kredit, di antaranya biaya provisi, administrasi dan penalti pelunasan lebih awal. Atribut suku bunga dan bebas biaya kredit termasuk dalam atribut fitur produk yaitu alat untuk bersaing yang membedakan dari produk pesaing.

Atribut yang termasuk dalam rancangan produk yaitu di antaranya plafon, tenor, angsuran sesuai kebutuhan atau keinginan debitur, pengambilalihan kewajiban hutang ke dalam satu fasilitas kredit, pencairan dana dari Bank Commonwealth untuk pelunasan fasilitas KPR langsung ke bank yang akan di-*take over*, dimana bank lain tidak sama yaitu menggunakan dana sendiri untuk melunasi (*reimburse*), kebijakan Bank Commonwealth terhadap persyaratan *take over* penilaian periode 6 (enam) bulan *historical credit*. Atribut tersebut merupakan keistimewaan yang memengaruhi penampilan fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.

Dari beberapa debitur menyebutkan atribut-atribut yang perlu dibenahi dari sisi kualitas produk, yaitu antara lain proses agak lambat yaitu administrasi kredit yang agak lama untuk proses *take over*, kemudian proses sertifikat dan dokumen akad kredit yang belum selesai dari notaris sehingga bank belum dapat memberikan *copy* sertifikat, dari pihak notaris jadwal akad kredit diundur. Cek sertifikat tidak efektif dan efisien karena dilakukan dua kali dan dikenakan biaya dua kali untuk jaminan yang sama. Untuk proses *take over* ke Bank Commonwealth diurus keseluruhan prosesnya dan kelancaran proses tersebut tergantung oleh kerjasama pihak bank lain yang akan di ambil alih tersebut sehingga memengaruhi cepat atau lambatnya proses administrasi *take over*. Pengurusan dokumen akad serta sertifikat jaminan dari pihak notaris rekanan Bank Commonwealth perlu ditindaklanjuti oleh pihak Bank Commonwealth dan diberikan batas waktu untuk pengurusan sertifikat jaminan. Pihak notaris dapat menjalankan jadwal akad kredit sesuai dengan waktu yang sudah disepakati oleh pihak bank dan debitur. Kebijakan dan prosedur Bank Commonwealth yang harus melakukan pengecekan sertifikat setiap fasilitas kredit dengan agunan yang sama.

Dari atribut fitur produk KPR Bank Commonwealth, menurut beberapa debitur mengenai biaya penilaian agunan yaitu biaya *appraisal* yang relatif mahal dibandingkan dengan bank lain, tetapi dari pendapat beberapa debitur walaupun mahal laporan yang diberikan lengkap dan terperinci, sesuai dengan nilai pasar dan bahkan diatas yang diperkirakan oleh debitur. Namun dari pendapat satu debitur lainnya mengatakan bahwa nilai agunan tidak sesuai dengan nilai pasar di

kawasan perumahannya. Nilai agunan adalah berdasarkan penilaian independen yaitu Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP).

Dari atribut rancangan produk di antaranya kebijakan Bank Commonwealth mengenai persyaratan dokumen pengajuan KPR yang menurut satu debitur yang menjadi suatu keberatan, yaitu rekening pendebitan angsuran harus diberikan periode enam bulan untuk *take over* dari bank lain. Selain itu kebijakan lainnya yang salah satu debitur menyatakan keberatan yaitu persyaratan blokir dana sebesar satu bulan angsuran.

Seseorang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dan usaha atau dorongan yang memenuhi kebutuhan (Schiffman dan Kanuk, 2010:64). Motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam individu yang memaksa untuk bertindak. Kekuatan dorongan tersebut dihasilkan dari suatu tekanan yang diakibatkan oleh belum atau tidak terpenuhinya kebutuhan. Kemudian bersama-sama dalam proses kognitif dan pengetahuan yang didapatkan, maka dorongan akan menimbulkan perilaku untuk mencapai tujuan atau pemenuhan kebutuhan. Tujuan tertentu merupakan hasil pemikiran dan proses belajar individu. Tujuan khusus yang ingin dicapai konsumen dan tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan dipilih atas dasar proses berpikir dan proses belajar sebelumnya (Schiffman dan Kanuk, 2007:72).

Pertimbangan dan penilaian mengenai atribut produk KPR Bank Commonwealth oleh debitur akan berpengaruh terhadap perilakunya. Perilaku yang rasional dari debitur didasari oleh pengetahuan yang didapatkan dari berbagai sumber informasi. Apabila debitur mempunyai pengetahuan yang baik

mengenai produk KPR dalam hal ini atribut produknya serta memberikan perilaku yang positif terhadap produk tersebut, maka akan ada dorongan positif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan cara memanfaatkan produk KPR. Tujuan pemenuhan kebutuhan debitur merupakan motivasi pembelian rasional di mana dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan atribut produk KPR berdasarkan kualitas, fitur dan rancangan produk.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:78), motivasi pembelian rasional menganggap bahwa para konsumen secara teliti mempertimbangkan semua alternatif dan memilih alternatif yang memberikan kegunaan terbesar kepada mereka. Rasionalitas menyatakan bahwa para konsumen memilih sasaran didasarkan pada kriteria yang betul-betul objektif seperti ukuran, berat dan harga. Konsumen dalam hal ini debitur mempertimbangkan atribut-atribut produk KPR yang memberikan manfaat dan keuntungan yang paling besar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan debitur.

Motivasi pembelian emosional digunakan pada saat pembelian ditentukan berdasarkan kriteria selektif yang subjektif. Pembelian yang didasari motivasi emosional terjadi pada saat proses penyeleksian barang dan jasa didasari oleh alasan subjektif. Motif emosional mengandung arti bahwa pemilihan sarannya menurut kriteria pribadi misalnya kebanggaan, kasih sayang atau status. Salah satu debitur yang mempunyai motivasi pembelian emosional, menyatakan bahwa keputusan pembelian KPR dikarenakan kemudahan yang didapatkan dengan adanya pegawai bank yang sudah beliau percaya untuk mengurus proses kreditnya. Pada awalnya debitur tersebut mempertimbangkan motivasi pembelian

secara rasional misalnya suku bunga, namun pada keputusan akhirnya tidak lagi mempertimbangkan secara rasional. Berdasarkan motivasi pembelian emosional yaitu berdasarkan kriteria subjektif, hubungan pertemanan yang baik dengan pegawai bank sehingga memberikan rasa percaya, kenyamanan dan kemudahan. Pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank tersebut termasuk dalam atribut kualitas produk KPR Bank Commonwealth.

Menurut Mowen dan Minor (1998:256), produk yang membutuhkan keterlibatan yang tinggi (*high involvement purchase*) biasanya merupakan produk dengan harga yang cukup tinggi, produk yang kompleks, sehingga membutuhkan pertimbangan yang cukup matang dalam mengambil keputusan untuk membeli atau mengkonsumsi, yaitu termasuk penggunaan jasa produk perbankan. Kredit Pemilikan Rumah merupakan produk yang membutuhkan keterlibatan tinggi atau produk yang terkategori sebagai *high involvement product*. Banyak hal yang dijadikan sumber informasi dalam proses pengambilan keputusan dalam pemilihan KPR, yaitu dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan atribut produk yang memotivasi dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth.

Tabel 4.5 Atribut Kualitas, Fitur dan Rancangan Produk KPR Bank

Commonwealth yang Memotivasi dalam Keputusan Pembelian Produk

No.	Komponen Atribut Produk	Komponen Atribut Produk KPR Bank Commonwealth Memotivasi Keputusan Pembelian Produk
1	Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> - Berdasarkan pengalaman debitur sebelumnya di bank lain yang berbeda di Bank Commonwealth debitur merasakan kemudahan proses dengan adanya pegawai bank yang mengurus proses kredit. - Berdasarkan pengalaman debitur di bank lain yaitu ketidaknyamanan dalam hal cara komunikasi untuk penagihan keterlambatan pembayaran angsuran KPR. - Respon pada saat proses kredit dari Bank Commonwealth yang cepat. - Aktif <i>follow up</i> kepada nasabah dalam proses kredit. - Pelayanan pada saat proses kredit baik. - Pengalaman debitur pada proses kredit sebelumnya di bank lain tidak lancar. - Pegawai bank memberikan informasi yang dibutuhkan kepada debitur. - Proses <i>take over</i> yang mudah yaitu Bank Commonwealth mengurus sedangkan di bank lain nasabah mengurus sendiri. - Pegawai bank melakukan pendekatan dengan debitur dengan cara berkunjung bersama dengan atasannya sehingga debitur merasa yakin dan berkomitmen. - Pegawai bank menjanjikan proses kredit yang cepat dan diantara bank lainnya Bank Commonwealth paling cepat. - Proses tidak berbelit-belit. - Tidak berhubungan dengan banyak orang hanya fokus satu pengajuan ke Bank Commonwealth. - Nasabah <i>existing</i> yang sudah mempunyai fasilitas di Bank Commonwealth sehingga penilaian lebih cepat pada proses kredit. - Pelayanan kantor cabang Bank

		Lanjutan Tabel 4.5 Commonwealth yang baik dari <i>Customer Service</i> dalam transaksi keuangan yang terdekat dan ternyaman.
		- Pegawai Bank Commonwealth responsif, sehingga debitur mengajukan fasilitas kredit ke satu bank saja yaitu Bank Commonwealth.
		- Pegawai bank sebagai orang yang berperan sebagai pemberi pengaruh terhadap keputusan pembelian (<i>influencer</i>) dan sumber informasi yang paling memengaruhi nasabah sehingga mengambil keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth.
		- Keramahan dari pihak notaris rekanan Bank Commonwealth membuat nasabah merasa lebih dihargai dengan pelayanan yang diberikan.
		- Kemudahan Bank Commonwealth dalam akses untuk men- <i>transfer</i> pembayaran angsuran KPR.
		- Nasabah mengenal pegawai bank sehingga memberikan rasa kepercayaan.
2	Fitur	- Suku bunga lebih rendah.
		- Suku bunga dengan masa <i>fixed</i> 3 tahun.
		- Program KPR Bebas yaitu bebas biaya provisi, biaya administrasi, biaya penalti pelunasan lebih awal.
		- Suku bunga diskon 2% dari <i>floating rate</i> Bank Commonwealth.
3	Rancangan	- Menggabungkan kewajiban hutang menjadi satu fasilitas kredit di Bank Commonwealth.
		- Memperpendek tenor kredit di Bank Commonwealth.

Sumber : Data Primer

Berdasarkan hasil wawancara bahwa atribut produk KPR Bank Commonwealth yang menjadi motivasi pertama adalah pelayanan proses kredit relatif cepat dan mudah, yaitu termasuk dalam atribut kualitas produk di antaranya sebagai berikut.

1. Kemudahan proses dengan pegawai bank yang mengurus proses pengajuan kredit.
2. Dalam proses kredit respon dari pegawai Bank Commonwealth yang cepat.
3. Pegawai bank yang aktif *follow up* kepada debitur dalam proses kredit.
4. Pelayanan yang baik pada saat proses kredit.
5. Pegawai bank memberikan informasi yang dibutuhkan.
6. Proses *take over* yang mudah diurus seluruhnya oleh pihak Bank Commonwealth.
7. Pegawai bank menjanjikan proses kredit yang cepat dan Bank Commonwealth paling cepat diantara bank lainnya.
8. Proses kredit tidak berbelit-belit.
9. Nasabah *existing* dapat lebih cepat dalam proses kredit.
10. Pegawai Bank Commonwealth responsif sehingga nasabah mengajukan fasilitas kredit ke satu bank saja yaitu Bank Commonwealth.

Selanjutnya atribut produk KPR Bank Commonwealth yang menjadi motivasi kedua termasuk dalam atribut fitur produk yaitu suku bunga KPR Bank Commonwealth yang kompetitif, periode masa *fixed* 3 (tiga) tahun, dan diskon suku bunga 2% dari *floating rate* Bank Commonwealth. Atribut selanjutnya yang menjadi motivasi ketiga adalah bebas biaya kredit, yaitu di antaranya biaya provisi, administrasi dan penalti pelunasan lebih awal yang juga termasuk dalam atribut fitur produk Bank Commonwealth. Atribut produk KPR Bank Commonwealth yang memotivasi lainnya yaitu termasuk dalam atribut rancangan

produk adalah memperpendek tenor kredit di Bank Commonwealth, dan menggabungkan kewajiban hutang menjadi satu fasilitas kredit di Bank Commonwealth.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:178), keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan di mana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Pengambilan keputusan menurut Amirullah (2002:61) adalah suatu proses penilaian dan pilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepetingan tertentu dengan menetapkan pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Menurut Tjiptono (2008:103), atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Dalam membuat keputusan pembelian debitur akan mempertimbangkan atribut yang dianggap penting, dan akan memberikan perhatian paling besar pada atribut yang memberikan manfaat. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa yang memotivasi debitur dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth yaitu lebih didominasi oleh atribut kualitas produk. Keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth yaitu pelayanan bank yang memberikan kemudahan dalam pelayanan proses kredit.

Tidak terlepas dari sumber pribadi yang juga memotivasi debitur adalah sebagai berikut, pegawai bank yang mempunyai hubungan baik sebelumnya dengan debitur sebagai *influencer* dan sumber informasi yang paling memengaruhi sehingga mengambil keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth. Dari salah satu debitur yaitu istri sebagai orang yang berperan

pemberi pengaruh terhadap keputusan pembelian. Seorang debitur yang lain yaitu mempunyai hubungan pertemanan sebelumnya dengan pegawai bank, pegawai bank tersebut bersama atasannya melakukan pendekatan dengan berkunjung kepada debitur sehingga merasa yakin dan memberikan komitmen. Seorang debitur lainnya yaitu mengenal pegawai bank sebelumnya sehingga memberikan rasa kepercayaan. Dari seorang debitur yaitu dari referensi rekan kerja yang sudah mempunyai fasilitas KPR Bank Commonwealth.

Dari beberapa debitur, motivasi untuk pembelian produk KPR Bank Commonwealth berdasarkan pengalaman yang dirasakan sebelumnya di bank lain. Pada Bank Commonwealth debitur merasakan kemudahan proses dengan adanya pegawai bank yang mengurus proses kredit. Pengalaman debitur di bank lain yaitu ketidaknyamanan dalam hal cara komunikasi untuk penagihan keterlambatan pembayaran angsuran KPR. Pengalaman debitur pada proses kredit sebelumnya di bank lain tidak lancar. Debitur mempertimbangkan perbedaan dari proses belajar sebelumnya, dan mendapatkan informasi internal yaitu pengalaman yang lalu agar tidak terjadi dalam pengambilan keputusan produk berikutnya.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:494), bahwa ingatan kepada pengalaman yang lalu dapat memberikan informasi yang memadai kepada konsumen untuk melakukan pilihan sekarang ini. Sebaliknya jika konsumen tidak mempunyai pengalaman sebelumnya konsumen mungkin harus melakukan penelitian yang mendalam untuk memperoleh informasi yang berguna sebagai dasar pemilihan. Konsumen biasanya mencoba mengingat (psikologis) sebelum mencari berbagai sumber informasi eksternal mengenai kebutuhan yang

berhubungan dengan konsumsi tertentu. Pengalaman lalu dianggap sebagai sumber informasi internal, banyak keputusan konsumen yang didasarkan kepada gabungan pengalaman yang lalu (sumber internal) dan informasi pemasaran dan nonkomersial (sumber eksternal).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian mengenai motivasi debitur terhadap atribut produk dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth dapat disimpulkan sebagai berikut. Motivasi penggunaan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yaitu di antaranya untuk mempunyai rumah tinggal yang merupakan kebutuhan pokok atau primer. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan sekunder di antaranya investasi pada properti, renovasi rumah lainnya dan sebagai modal tambahan untuk pengembangan usaha. Untuk tujuan pemenuhan kebutuhan tersebut yaitu dengan menggunakan fasilitas KPR.

Manfaat yang diharapkan oleh debitur dengan menggunakan produk KPR yaitu sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan, di antaranya dapat menyediakan likuiditas dana yang lebih cepat, membantu debitur dari sisi keuangan ingin memiliki rumah tetapi tidak mempunyai uang secara tunai dalam jumlah besar dan dapat diangsur, mengatur *cash flow* keuangan debitur, serta manfaat dari asuransi jika terjadi risiko pada debitur dan properti yang dijaminkan. Keinginan debitur yaitu mendapatkan keuntungan dari suku bunga yang kompetitif dan stabil, dapat mengajukan permintaan penurunan suku bunga, biaya kredit yang lebih rendah, dapat menyimpan dana untuk kebutuhan lain, *cash flow* debitur menjadi terkendali dan investasi properti yang semakin meningkat.

Debitur mendapatkan informasi produk KPR dari berbagai sumber yaitu di antaranya sumber publik dan komersial yaitu *call center* bank, situs Web bank, iklan di surat kabar yaitu koran. Selain itu nasabah *existing* bank mendapatkan informasi dari staf kantor cabang bank di mana sering melakukan transaksi keuangan. Dari sumber pribadi yaitu dari teman kerja, rekan bisnis, dan pegawai bank. Sumber pengalaman dari penggunaan produk yaitu mempunyai KPR di bank yang sama. Sumber informasi yang paling memengaruhi debitur dalam pemilihan produk KPR yaitu dari sumber pribadi di antaranya pegawai bank yang mempunyai hubungan baik dengan debitur, referensi dari relasi bisnis, referensi dari pertemanan di lingkungan tempat kerja. Sumber publik komersial melalui situs Web bank, dan sumber publik dari media sosial.

Atribut produk KPR yang menjadi fokus perhatian debitur adalah atribut pertama adalah proses kredit yang mudah dan cepat, atribut KPR kedua yaitu suku bunga kredit yang kompetitif. Atribut ketiga yaitu yang menjadi perhatian debitur yaitu biaya kredit. Atribut produk yang membentuk KPR Bank Commonwealth yaitu yang pertama adalah proses kredit relatif cepat dan mudah. Atribut produk kedua yaitu biaya *appraisal* yang relatif mahal. Atribut produk ketiga yaitu suku bunga yang kompetitif. Selanjutnya atribut produk KPR Bank Commonwealth keempat yaitu bebas biaya kredit, di antaranya biaya provisi, administrasi dan penalti pelunasan lebih awal.

Berdasarkan hasil wawancara nara sumber, atribut produk KPR Bank Commonwealth dari atribut kualitas produk, yaitu proses kredit yang relatif cepat dan mudah, di antaranya kumpulan atribut adalah proses kredit yang relatif cepat,

dokumen persyaratan dalam pengajuan kredit cepat diberikan respon, proses sederhana dan tidak berbelit-belit, pertanyaan pengajuan kredit tidak sulit, persyaratan dokumen tidak sulit, dan pengurusan *take over* diurus secara langsung oleh Bank Commonwealth, pelayanan akad kredit baik, notaris rekanan Bank Commonwealth dapat mengikuti lokasi debitur, pemilihan tempat akad kredit dilaksanakan dapat menyesuaikan dengan lokasi debitur.

Atribut produk KPR Bank Commonwealth yang termasuk atribut fitur produk yaitu suku bunga kompetitif dan bebas biaya kredit, di antaranya kumpulan atribut adalah suku bunga kompetitif, yaitu 2% di bawah *floating rate* Bank Commonwealth, bebas biaya kredit di antaranya biaya provisi, biaya penalti pelunasan lebih awal dan biaya administrasi. Namun dari biaya *appraisal* Bank Commonwealth yang relatif mahal dibandingkan dengan bank lain, tetapi hasil laporan penilai agunan (*appraisal*) yang diberikan lengkap dan terperinci.

Atribut produk KPR Bank Commonwealth yang termasuk dalam rancangan produk di antaranya kumpulan atribut adalah plafon, tenor, angsuran sesuai kebutuhan atau keinginan debitur, pengambilalihan kewajiban hutang ke dalam satu fasilitas kredit, pencairan dana dari Bank Commonwealth untuk pelunasan fasilitas KPR langsung ke bank yang akan di-*take over*, dimana bank lain tidak sama yaitu menggunakan dana sendiri untuk melunasi (*reimburse*), kebijakan Bank Commonwealth terhadap persyaratan *take over* penilaian periode 6 (enam) bulan *historical credit*.

Atribut-atribut yang perlu dibenahi dari sisi kualitas produk yaitu dari seorang nasabah antara lain proses kredit agak lambat yaitu administrasi kredit

yang agak lama untuk proses *take over*, kemudian proses sertifikat dan dokumen akad kredit yang belum selesai dari notaris sehingga bank belum dapat memberikan *copy* sertifikat, dan dari pihak notaris jadwal akad kredit dimundurkan. Dari atribut fitur produk KPR Bank Commonwealth menurut beberapa debitur mengenai biaya penilaian agunan yaitu biaya *appraisal* yang relatif mahal dibandingkan dengan bank lain. Atribut rancangan produk dimana debitur merasa keberatan di antaranya yaitu kebijakan Bank Commonwealth yaitu mengenai persyaratan dokumen pengajuan KPR yaitu rekening pendebitan angsuran dengan periode 6 (enam) bulan, dan persyaratan blokir dana sebesar 1 (satu) bulan angsuran.

Atribut produk yang memotivasi debitur dalam keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth, yaitu atribut yang pertama adalah pelayanan proses kredit relatif cepat dan mudah. Selanjutnya kedua yaitu suku bunga KPR Bank Commonwealth. Atribut produk yang memotivasi ketiga yaitu bebas biaya kredit, diantaranya biaya provisi, administrasi dan penalti pelunasan lebih awal.

Atribut produk KPR yang menjadi fokus perhatian debitur yaitu sesuai dengan atribut yang juga memotivasi debitur terhadap atribut produk KPR Bank Commonwealth. Atribut produk yang memotivasi keputusan pembelian produk KPR Bank Commonwealth, yang termasuk atribut kualitas, yaitu pelayanan proses kredit relatif cepat dan mudah yaitu kumpulan atribut sebagai berikut.

1. Kemudahan proses dengan pegawai bank yang mengurus proses pengajuan kredit.
2. Dalam proses kredit respon dari pegawai Bank Commonwealth yang cepat.

3. Pegawai bank yang aktif *follow up* kepada debitur dalam proses kredit.
4. Pelayanan yang baik pada saat proses kredit.
5. Pegawai bank memberikan informasi yang dibutuhkan.
6. Proses *take over* yang mudah diurus seluruhnya oleh pihak Bank Commonwealth.
7. Pegawai bank menjanjikan proses kredit yang cepat dan Bank Commonwealth paling cepat diantara bank lainnya.
8. Proses kredit tidak berbelit-belit.
9. Nasabah *existing* dapat lebih cepat dalam proses kredit.
10. Pegawai Bank Commonwealth responsif sehingga nasabah mengajukan fasilitas kredit ke satu bank saja yaitu Bank Commonwealth.

Yang termasuk atribut fitur produk yang memotivasi keputusan pembelian KPR Bank Commonwealth yaitu suku bunga KPR Bank Commonwealth dan bebas biaya kredit, di antaranya kumpulan atribut adalah suku bunga KPR Bank Commonwealth yang kompetitif, periode masa *fixed* 3 tahun, dan diskon suku bunga 2% dari *floating rate* Bank Commonwealth. Atribut bebas biaya kredit, yaitu diantaranya biaya provisi, administrasi dan penalti pelunasan lebih awal.

Atribut yang termasuk dalam rancangan produk yang memotivasi debitur dalam keputusan pembelian KPR Bank Commonwealth, kumpulan atribut rancangan produk di antaranya adalah memperpendek tenor kredit di Bank Commonwealth dan menggabungkan kewajiban hutang menjadi satu fasilitas kredit di Bank Commonwealth.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diambil beberapa saran sebagai berikut.

1. Melakukan perbaikan dengan atribut produk KPR, di antaranya yaitu untuk dari sisi atribut kualitas produk dalam proses *take over* ke Bank Commonwealth diurus keseluruhan prosesnya oleh pihak Bank Commonwealth. Kelancaran proses tersebut tergantung oleh kerjasama pihak bank lain yang akan di ambil alih tersebut, sehingga memengaruhi cepat atau lambatnya proses administrasi *take over*. Salah satu cara untuk melancarkan prosesnya yaitu mempunyai jaringan yang luas ke bank lain yang berhubungan dengan proses *take over*, misalnya bagian pelunasan, bagian pengambilan dokumen yang dijaminan.
2. Perbaikan atribut produk dalam atribut kualitas produk lainnya yaitu pengurusan dokumen akad dan sertifikat jaminan dari pihak notaris rekanan Bank Commonwealth dapat diproses dengan efektif, maka harus selalu ditindaklanjuti oleh pihak Bank Commonwealth dan diberikan batas waktu untuk pengurusan sertifikat jaminan oleh notaris ke dinas terkait, misalnya untuk proses balik nama, peningkatan hak dan untuk pemberian hak tanggungan. Kemudian untuk jadwal akad kredit agar dapat dijalankan sesuai dengan waktu yang sudah disepakati oleh pihak bank dan debitur. Pihak bank yaitu legal dapat memberikan pilihan beberapa notaris rekanan yang dapat disesuaikan waktunya agar tidak terjadi jadwal akad kredit yang dimundurkan.

3. Dari atribut fitur produk yaitu biaya penilaian agunan atau disebut biaya *appraisal* yang relatif mahal dibandingkan dengan bank lain, sebaiknya kebijakan Bank Commonwealth untuk mempertimbangkan biaya tersebut dengan cara memberikan keringanan misalnya diskon kepada calon debitur dengan kriteria atau persyaratan tertentu dan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak Bank Commonwealth.
4. Perbaikan dari atribut rancangan produk yaitu kebijakan Bank Commonwealth mengenai persyaratan untuk pengajuan kredit *take over* KPR dari bank lain, yaitu dokumen rekening pendebitan angsuran dimintakan ke calon debitur selama periode enam bulan, agar lebih dipermudah dengan periode rekening yang lebih pendek.
5. Bank Commonwealth dapat memperoleh informasi atribut KPR yang dianggap penting oleh konsumen dan memotivasi dalam melakukan keputusan pembelian, sehingga dapat fokus terhadap keunggulan atribut tersebut. Mempertahankan proses kredit yang sudah cukup baik, dan memberikan layanan proses kredit yang memuaskan nasabah, contohnya staf kantor cabang bank dapat lebih aktif memberikan informasi untuk nasabah yang ingin mengajukan kredit khususnya KPR ke bagian divisi KPR agar dapat ditindaklanjuti untuk proses selanjutnya.
6. Berdasarkan sumber informasi yang paling memengaruhi debitur dalam pemilihan produk KPR yaitu dari sumber pribadi dan sumber komersial. Dari sumber pribadi agar menjaga hubungan baik dengan nasabah untuk membangun jaringan yang luas dengan tujuan mendapatkan prospek calon

debitur baru. Dari sumber komersial yang paling banyak yaitu situs Web bank dengan melakukan pengkinian informasi lebih lengkap di antaranya informasi suku bunga KPR, simulasi angsuran, persyaratan pengajuan kredit, biaya kredit, dan promosi produk KPR.

7. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah penelitian dengan menggunakan atribut produk KPR yang sama terhadap *sampling* yang berbeda yaitu bukan dari nasabah *existing* tetapi calon debitur baru pertama mengajukan fasilitas KPR di bank. Tujuannya untuk dapat mengetahui apakah atribut tersebut berlaku sama dalam memotivasi calon debitur baru untuk pengambilan keputusan pembelian produk, mengingat atribut-atribut pada sebuah produk dapat dipengaruhi oleh latar belakang misalnya pengalaman dalam penggunaan produk tersebut khususnya KPR.

DAFTAR PUSTAKA

- Akpoyomare, Oghojafor, Ben., Adeosun., Ganiyu. 2012. The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry: A study of Lagos Metropolis. *American Journal of Bussiness and Management*. Vol.1, No 4, 196-201.
- Albari. 2002. Mengenal Perilaku Konsumen Melalui Penelitian Motivasi. (versi elektronik). *Jurnal Siasat Bisnis* No. 7, Vol. 1 ISSN: 0353-7665, 65-79.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bogdan, Robert C., Kopp, Sari Biklen. 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. London: Allyn and Bacon, Inc.
- Engel, James, et al. 2006. *Consumer Behaviour*. Mason: Permissions Department Thomson Business and Economics.
- Esterberg, Kristin G. 2002. *Qualitative Methods in Social Research*. New York: McGraw Hill.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hermawan, Dr. Asep, M.Sc. 2006. *Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia..
- Hussey, Jill., Hussey, Roger. 1997. *Business Research: A Practical Guide for Undergraduated and Postgraduated Students*. London: McMillan.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

- Kotler, Philip., Ang, Swee Hoon., Leong, Siew Meng., Tan, Chin Tiong. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Edisi Kesatu*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing 14th ed.* England: Pearson Education Prentice-Hall.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Marketing Management 14th ed.* England: Pearson Education Prentice-Hall.
- Krisnawati, Yuni, Kirbrandoko, dan Djamaludin, MD. 2009. Analisis Persepsi Developer Terhadap Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank XYZ Cabang Bogor (versi elektronik). *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol 6 No. 1 Maret 2009, 57-64.
- Lubis, Arlina Nurbaity dan Ginting, Ganjang Arihta. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Permintaan Kredit pada PT Bank Tabungan Negara Cabang Medan (versi elektronik). *Jurnal Manajemen Bisnis* Volume 1, Nomor 2 Mei 2008 ISSN: 1978-8339, 42-47.
- Miles, Mathew B., Huberman, Michael. 1984. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebok of New Methods*. London: Sage Publication, Inc.
- Mowen, John C., Minor, Michael. 1998. *Consumer Behaviour, 5th ed.* Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Mowen, John C., Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi ke 5. Jilid 1.* Jakarta: Salemba Empat.
- Mullins, John W. Walker Jr., Orville, C., dan Boyd Jr., Harper W. 2008. *Marketing Management: A Strategic Decision Making Approach 6th ed.* New York: McGraw Hill.

- Schiffman, L. G., dan Kanuk L. L. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk L. L. 2010. *Consumer Behaviour 10th ed.* New Jersey: Prentice-Hall.
- Sekaran, Uma. 2004. *Research Methods for Business: A skill Building Approach 4th ed.* New York: John Willey and Sons, Inc.
- Stanton, William J., Etzel, Michael J., dan Walker, Bruce J. 1991. *Fundamentals of Marketing 11th ed.* New York: McGraw Hill.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Thomas, J.W. 1998. Motivational Research: Explaining Why Consumers Behave the Way They Do. *Direct Marketing* 60(12):54-57.
- Tim Penulis. 2013. *Asset Product-Consumer Loan*, Jakarta: PT Bank Commonwealth.
- Tim Penulis. 2013. *General Banking for Mortgage Sales PT Bank Commonwealth*. Jakarta: LPPI.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi ke 3*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. <http://www.sesmen.kemenpera.go.id/> Diakses 4 Januari 2014
- <http://www.bi.go.id/id/publikasi/dpi/bankcampuran/Default.aspx>
Diakses 4 Januari 2014
- <http://www.bi.go.id/id/publikasi/survei/harga-properti-primer/Default.aspx>
Diakses 15 September 2014
- <http://www.frontier.co.id/brand-diagnostic-dalam-industri-kpr.html> Diakses 25 Januari 2014

<http://www.indoalpha.com/bbtn/> Diakses 19 Januari 2014

<http://www.kbbi.web.id/> Diakses 25 Januari 2014

<http://www.markplusinc.com/file/banking> Diakses 19 Januari 2014

<http://www.ojk.go.id/pedia#tabB> Diakses 4 Januari 2014

25/2/15 ✍.