

ANALISIS DIMENSI *SERVICE CONVENIENCE* PADA PT BPR BANK DAERAH GUNUNGGKIDUL

Anita Puspitasari

Abstrak

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu *service convenience*. *Service convenience* merupakan persepsi konsumen terhadap waktu dan usaha berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi *service convenience* pada PT BPR Bank Daerah Gunungkidul. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas dengan alat bantu SPSS Versi 22. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *arithmetic mean*. Hasil analisis *arithmetic mean* secara keseluruhan *service convenience* mendapatkan nilai sebesar 4,43 yang berada pada interval sangat setuju yang berarti PT BPR Bank Daerah Gunungkidul telah memberikan *service convenience* yang baik bagi nasabahnya. Yang memiliki nilai *mean* tertinggi pada dimensi *decision convenience* dengan nilai *mean* sebesar 4,34 dan dimensi *postbenefit convenience* dengan nilai *mean* sebesar 4,39 yang berada pada kategori interval sangat setuju. Sedangkan untuk nilai *mean* tertinggi pada dimensi *access convenience* dengan nilai *mean* sebesar 4,55 yang berada pada interval sangat setuju.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, *Service Convenience*



23/9'22

SERVICE CONVENIENCE DIMENSION ANALYSIS AT PT BPR BANK REGION GUNUNGKIDUL

Anita Puspitasari

Abstract

Factors that influence consumer behavior are service convenience. Service convenience is a consumer's perception of the time and effort associated with the purchase or use of a service. This study aims to analyze the dimensions of service convenience at PT BPR Bank Daerah Gunungkidul. This research uses quantitative research. The sample used was 100 respondents, with data collection using a questionnaire. The analysis used is validity and reliability test using SPSS Version 22. Data analysis in this study used the arithmetic mean method. The results of the arithmetic mean analysis overall service convenience get a score of 4.43 which is in the interval of strongly agree, which means that PT BPR Bank Daerah Gunungkidul has provided good service convenience for its customers. The highest mean value is in the decision convenience dimension with a mean value of 4.34 and the post-benefit convenience dimension with a mean value of 4.39 which is in the category of strongly agree intervals. Meanwhile, the highest mean value is on the access convenience dimension with a mean value of 4.55 which is in the interval strongly agree.

Keywords: *Consumer Behavior, Service Convenience*