

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (i) pengaruh preferensi terhadap perilaku nasabah kredit Mikro Makaryo di Bank BPD Condongcatur, (ii) pengaruh ekspektasi terhadap perilaku nasabah kredit Mikro Makaryo di Bank BPD Condongcatur, (iii) variabel yang berpengaruh terhadap perilaku nasabah kredit Mikro Makaryo di Bank BPD Condongcatur. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Nomogram sehingga jumlah sampel penelitian adalah 172 nasabah BPD Condongcatur. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Alat statistik yang dipergunakan adalah analisa deskriptif dan tabulasi silang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis 1 yaitu keterkaitan preferensi dengan perilaku adalah sangat baik. Persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah sehingga dapat dijadikan alternatif untuk bertransaksi, pengujian hipotesis 2 yaitu keterkaitan ekspektasi dengan perilaku adalah juga sangat baik.

**Kata Kunci:** Preferensi, Ekspektasi, Perilaku Nasabah kredit

## ABSTRACT

*This study aims to determine: (i) influence the preference of customer behavior credits Micro Makaryo in BPD Condongcatur, (ii) the effect of expectations on the behavior of credit customers Micro Makaryo in BPD Condongcatur, (iii) the variables that influence the behavior of loan customers Micro Makaryo Bank BPD Condongcatur. The samples in this study using a nomogram technique so that the amount of sample is 172 customers Condongcatur BPD. The basic method used in this research is quantitative descriptive. The statistical tool used is descriptive analysis and cross tabulation.*

*The results showed that based on tests performed on the first hypothesis that preferences linkages with the behavior was very good. Perception has a significant influence on customer behavior so that it can be used as an alternative to transact, hypothesis 2 that linkages with behavioral expectations is also very good.*

*Keywords: Preferences, Expectations, Customer Behavior credit*