

### **ABSTRAK**

Hasil survey perbankan mengindikasikan pertumbuhan kredit mengalami peningkatan, adanya pertumbuhan kredit maka meningkat pula persaingan pada industri perbankan dalam hal penawaran kredit dengan berbagai cara. Persaingan pemasaran produk bank diidentifikasi agar dapat memberikan gambaran informasi untuk industri perbankan mengenai langkah yang harus diambil untuk mempertahankan bahkan untuk meningkatkan posisi bank tersebut. Pada penelitian berjudul “Studi Komparasi Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pemilihan Kredit Pada Bank Mandiri, Bank BRI, dan Bank BCA” bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendasari nasabah dalam memilih produk kredit pada suatu Bank. Pada penelitian ini terdapat beberapa faktor yaitu faktor produk, faktor harga, faktor promosi, dan faktor tempat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel penelitian ini adalah masyarakat Kota Mojokerto yang merupakan nasabah kredit pada Bank Mandiri, BRI atau BCA. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor promosi sangat mempengaruhi nasabah Bank Mandiri, faktor harga sangat mempengaruhi nasabah Bank BRI, dan faktor produk sangat mempengaruhi nasabah Bank BCA.

Kata kunci: **faktor harga, faktor produk, faktor promosi, faktor tempat, pemasaran**

**ABSTRACT**

*The banking survey results indicate that credit growth has increased this growth is also increasing the competition in the banking industry in terms of credit offer in various ways. The competition for banking product marketing is identified to provide an overview of information for the banking industry regarding the steps that should be taken to maintain and to improve the bank's position. In a study titled "Comparative Study of Influential Factors on Selection of Credit at Bank Mandiri, Bank BRI, and Bank BCA" aims to determine the factors underlying customers decision in selecting credit products in a Bank. In this study, there are several factors and those factors are product factor, price factor, promotion factor, and place factor. The type of research used is quantitative research method with descriptive approach. The sample of this research is the citizen of Mojokerto which are the credit customer at Bank Mandiri, BRI or BCA. Sampling technique of this research is using probability sampling technique. The results of this study indicate that the promotion factor greatly affects the customers of Bank Mandiri, the price factor greatly affects the customers of Bank BRI, and product factor greatly affects the customers of Bank BCA.*

***Keywords: marketing, place factor, price factor, product factor, promotion factor***