

**ANALISIS PERSEPSI NASABAH PEMILIK KARTU KREDIT
TERHADAP KARAKTERISTIK KARTU KREDIT BANK LIPPO
CABANG PEMUDA SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang**



Disusun Oleh :

**Nama : KURNIAWAN SINGGHA PUTRA
NIM : 91.30.1021
NIRM : 91.6.111.02016.50074
Jurusan : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1999**

	AN
No.	691 / F / E
Th.	
PARAF.	

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi :

“ Analisis Persepsi Nasabah Pemilik Kartu Kredit Terhadap Karakteristik Kartu Kredit Bank Lippo Cabang Pemuda Semarang “.

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Panitia Penguji dalam Sidang

Hari : Jumat

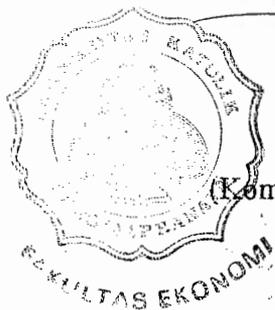
Tanggal : 20 Agustus 1999

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Penguji I

(SENTOT SUCIARTO.A, Phd)

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi
Unika Soegijapranata



(Komala Inggarwati, SE.MM)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini kami menyatakan skripsi penelitian yang disusun oleh :

NAMA : KURNIAWAN SINGGHA PUTRA
N.I.M : 91.30.1021
N.I.R.M : 91.6.111.02016.50074
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PERSEPSI NASABAH PEMILIK KARTU KREDIT
TERHADAP KARAKTERISTIK KARTU
KREDIT DI BANK LIPPO

Dapat diterima dan disetujui .

Semarang , Juni 1999

Disetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Drs. F.X. Sugianto MS)

(Dra. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dan ungkapan rasa terima kasih yang besar kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kemurahan dan bimbingan Roh KudusNya, maka penulis telah berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Persepsi Nasabah Pemilik Kartu Kredit terhadap Karakteristik Kartu Kredit Bank Lippo “.

Tujuan penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu syarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Soegijapranata.

Pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin untuk penelitian.
2. Bapak Drs FX. Sugiyanto, MS selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Ibu Dra MY.Dwi Hayu Agustini, MBA selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu dan dengan sabar membimbing dan memberikan petunjuk serta dorongan dalam setiap konsultasi atau bimbingan.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
5. Pimpinan dan Staff Bank Lippo yang telah memberi ijin serta bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Alm. Papa , Mama, Kho, Entio yang tercinta yang telah menyekolahkan, mendorong, memotivasi sehingga tercapai menjadi Sarjana Ekonomi dan dapat memenuhi harapan dan cita-citanya. Adik-adik tercinta Daesy dan Ashada yang telah memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini. Kekasihku Caecilia Suryani yang telah memotivasi dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman “ BIC “ , Gonang, Tony, Bagong, Ome, Daniel, Fajar, Suep, Gendon, Nanang, Chandra, yang telah memacu saya agar cepat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman kantor Kunti, Frans, Yenny, Jenny, Bambang, Ratna, Cisca yang telah memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman Mudika Aan dan Dewi yang telah memberikan dorongan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak yang perlu disempurnakan lagi. Oleh karena itu dengan senang hati penulis menerima

segala saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca yang sangat berguna bagi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

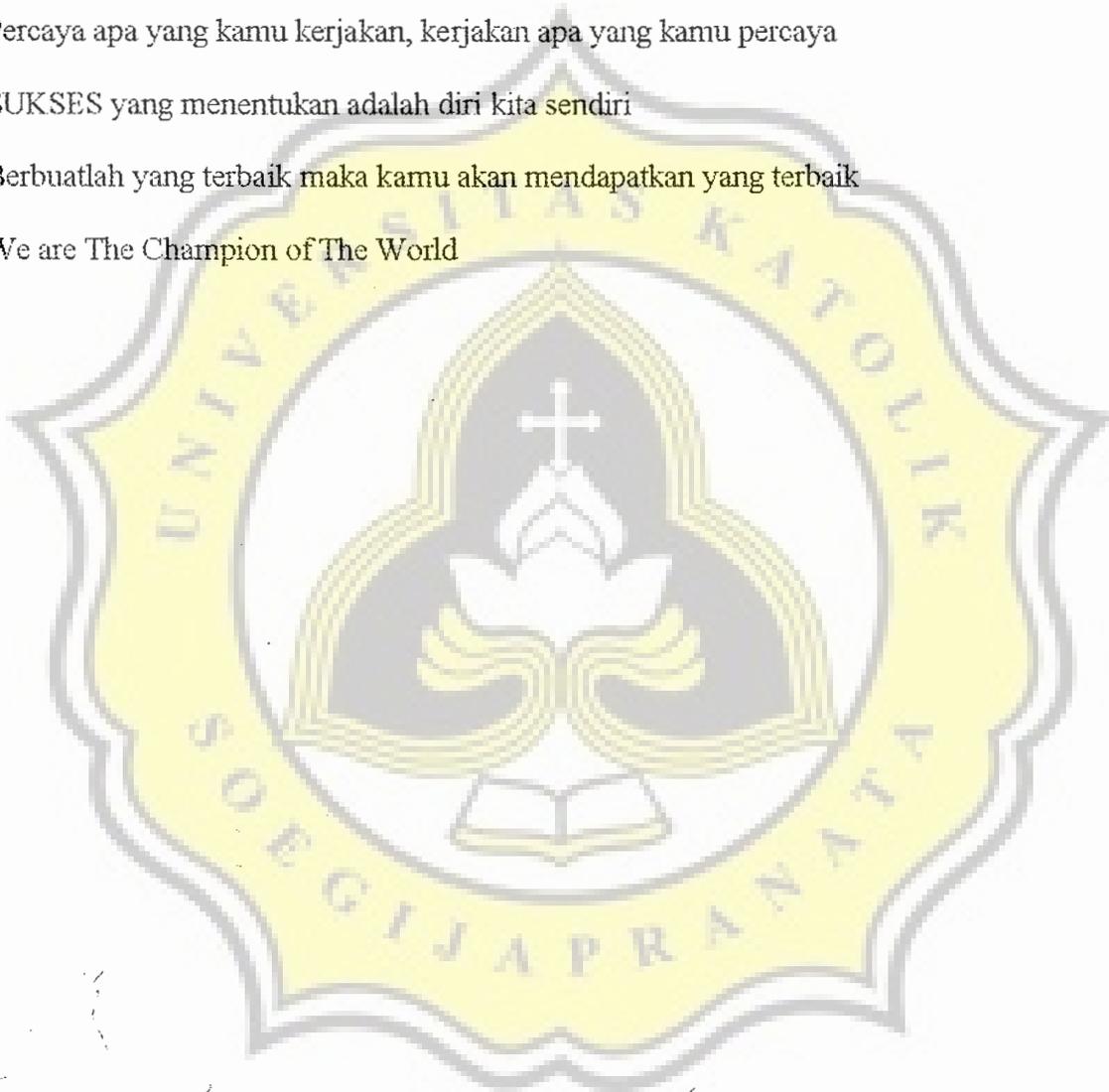
Semarang, juni 1999

Kurniawan Singgha Putra



MOTTO

- Tuhan selalu beserta kita
- Percaya apa yang kamu kerjakan, kerjakan apa yang kamu percaya
- SUKSES yang menentukan adalah diri kita sendiri
- Berbuatlah yang terbaik maka kamu akan mendapatkan yang terbaik
- We are The Champion of The World



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Sistematika Penulisan	3
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1. Landasan Teori	5

2.1.1. Pengertian Persepsi	5
2.1.2. Arti Pentingnya Persepsi dan Penerapannya	7
2.1.3. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.1.4. Faktor – Faktor Lingkungan Ekstern dan Intern yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	9
2.1.5. Perilaku Konsumen : Implikasinya pada Strategi Pemasaran	15
2.1.6. Pengertian Pemasaran	16
2.1.7. Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen	17
2.2. Kerangka Pemikiran	19
2.3. Definisi Operasional	19
2.3.1. Pengertian Karakteristik dan Nasabah	19
2.3.2. Macam – macam Karakteristik Kartu Kredit	19
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Lokasi Penelitian	21
3.2. Jenis Penelitian	21
3.3. Populasi	21
3.4. Teknik Pengambilan Sampel	22
3.5. Teknik Pengumpulan Data	23
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.6.1. Uji Validitas	24
3.6.2. Uji Reliabilitas	25

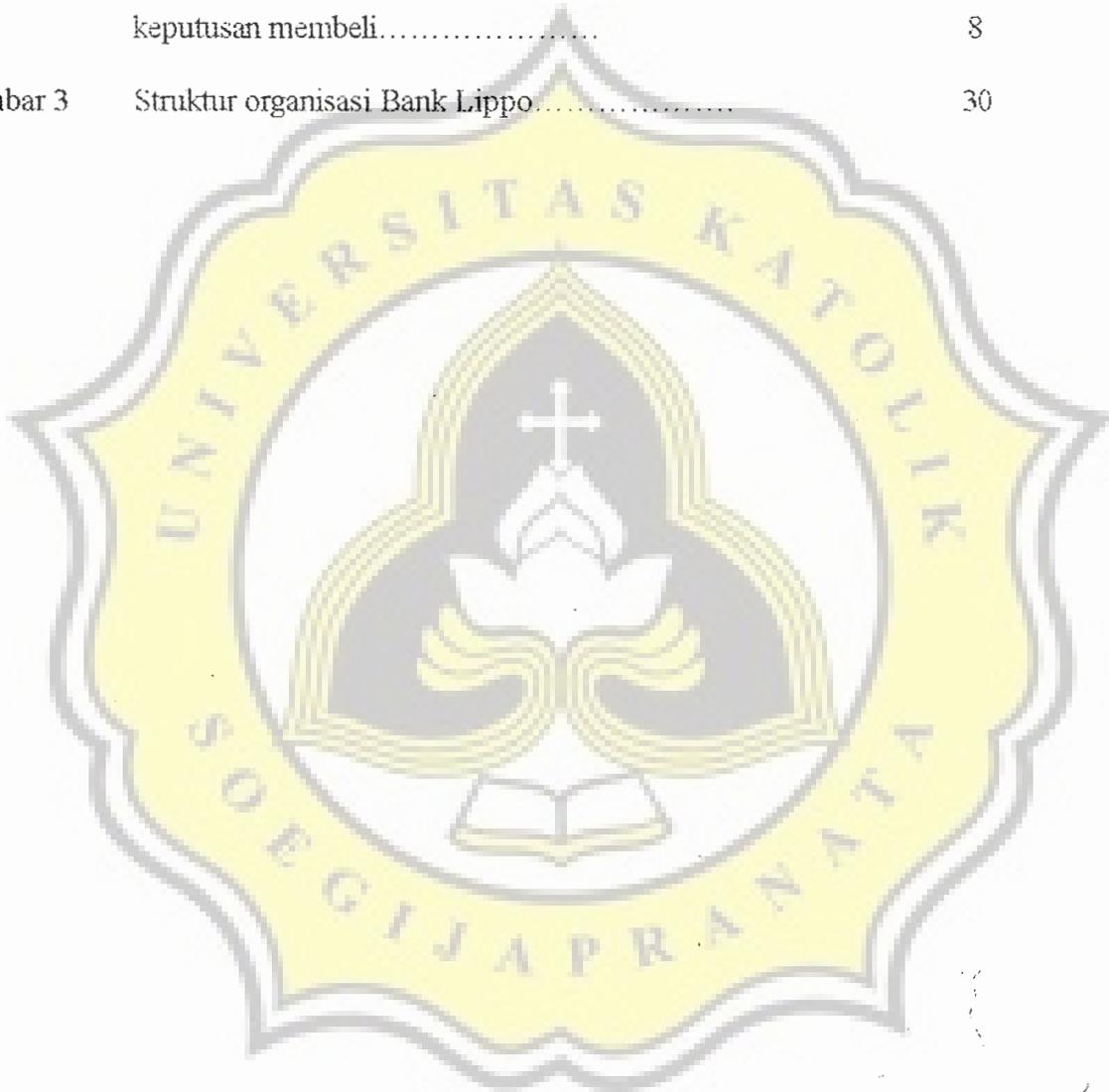
3.7. Teknik Analisa Data	26
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	28
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	31
4.2.1. Persepsi Nasabah Kartu Kredit terhadap Karakteristik Kenamanan	31
4.2.2. Persepsi Nasabah Kartu Kredit terhadap Karakteristik Kemudahan	33
4.2.3. Persepsi Nasabah Kartu Kredit terhadap Karakteristik Gengsi	35
4.2.4. Persepsi Nasabah Kartu Kredit terhadap Karakteristik Fasilitas Tambahan	37
BAB V : PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	42
5.2. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Tabel hasil pengujian validitas	26
Tabel 4.1	Tabel Frekuensi jawaban responden terhadap Karakteristik kenyamanan kartu kredit Bank Lippo	32
Tabel 4.2	Tabel Frekuensi jawaban responden terhadap Karakteristik kemudahan kartu kredit Bank Lippo	33
Tabel 4.3	Tabel Frekuensi jawaban responden terhadap Karakteristik Gengsi kartu kredit Bank Lippo	34
Tabel 4.4	Tabel frekuensi jawaban responden terhadap Karakteristik Fasilitas tambahan kartu kredit Bank Lippo	35
Tabel 4.5	Tabel Analisa Chi-Kuadrat persepsi responden terhadap Karakteristik kenyamanan	36
Tabel 4.6	Tabel Analisa Chi-Kuadrat persepsi responden terhadap Karakteristik kenyamanan	37
Tabel 4.7	Tabel Analisa Chi-Kuadrat persepsi responden terhadap Karakteristik kenyamanan	38
Tabel 4.8	Tabel Analisa Chi-Kuadrat persepsi responden terhadap Karakteristik kenyamanan	39

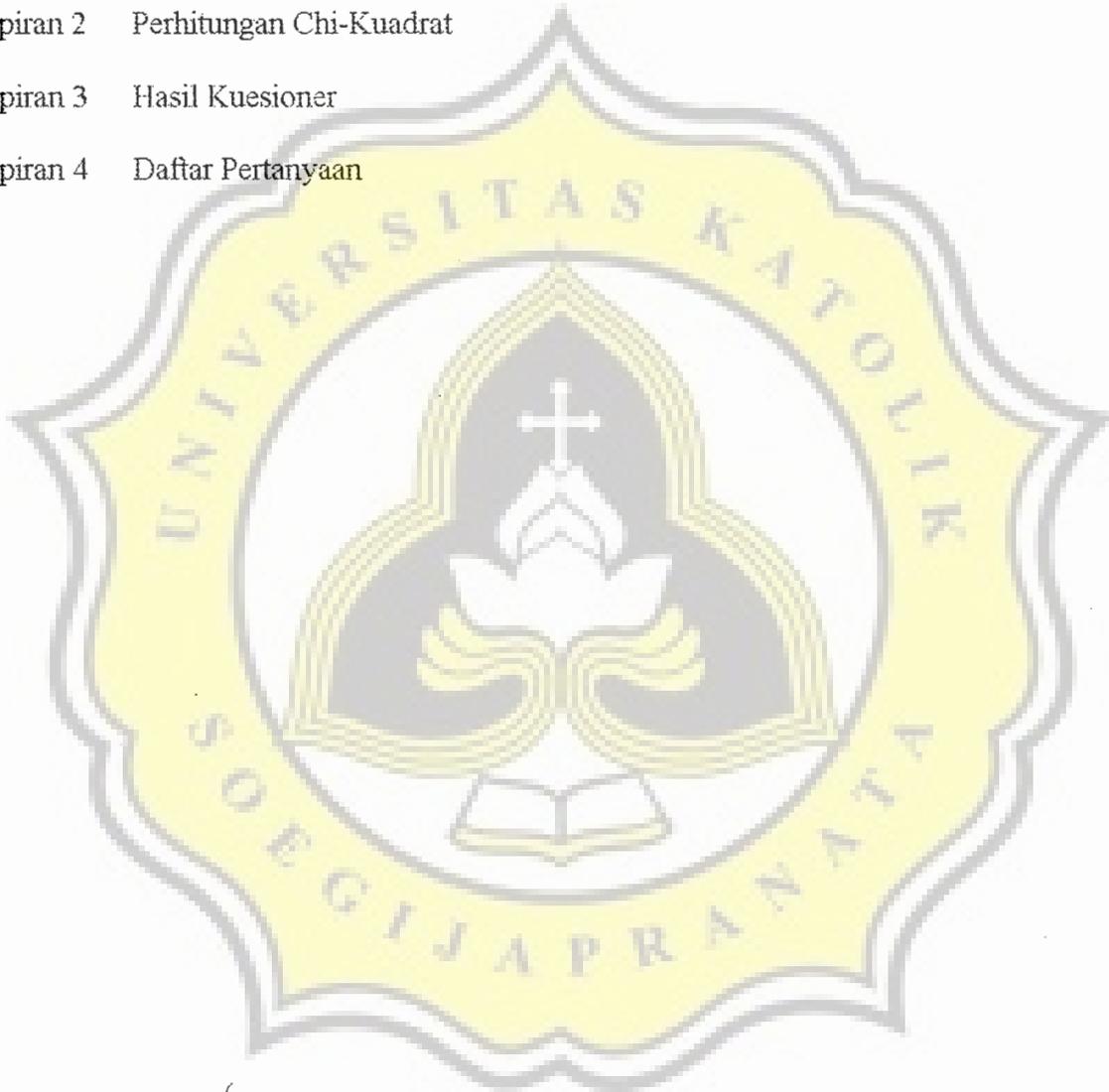
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Proses pembentukan Persepsi	6
Gambar 2 Hubungan Psikologis dan budaya yang mempengaruhi keputusan membeli.....	8
Gambar 3 Struktur organisasi Bank Lippo.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil perhitungan Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 2 Perhitungan Chi-Kuadrat
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Daftar Pertanyaan



Hasil dari penelitian ini adalah, untuk karakteristik kenyamanan χ^2 hitung 12,3 menunjukkan bahwa ada perbedaan persepsi antara responden yang satu dengan yang lain terhadap karakteristik kenyamanan. Untuk karakteristik kemudahan, χ^2 hitung 2,4 lebih kecil dari χ^2 tabel 5,991 berarti tidak ada perbedaan yang signifikan antara persepsi nasabah satu dengan yang lainnya terhadap karakteristik kemudahan. Karakteristik gengsi menunjukkan hasil 9,16 lebih besar dari χ^2 tabel menandakan bahwa ada beda persepsi antara nasabah yang satu dengan yang lain terhadap karakteristik gengsi. Sedangkan untuk karakteristik fasilitas tambahan ada beda persepsi antara nasabah terhadap karakteristik fasilitas tambahan hal ini dapat dilihat dari hasil yang chi kuadrat yang sebesar 6,13.