

Analisis perilaku mahasiswa di DKI Jakarta sebagai konsumen kartu kredit dalam keputusan pembelian kartu kredit

Verry K. Boekan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184898&lokasi=lokal>

Abstrak

Jumlah cardholder yang masih relatif kecil untuk ukuran penduduk Indonesia memungkinkan para issuer kartu kredit untuk memperbesar market share mereka. Salah satu caranya dengan memperluas target market. Jika pada awalnya kartu kredit hanya bagi kaum profesional, maka saat ini mahasiswa pun dapat memilikinya. Kondisi inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian terhadap perilaku para mahasiswa di DKI Jakarta untuk memutuskan membeli kartu kredit. Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) mengetahui variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian kartu kredit oleh mahasiswa; (2) bagaimana opini mereka terhadap kartu kredit. Skripsi ini selain mencoba menjawab kedua permasalahan tersebut, juga menganalisis kondisi industri kartu kredit di tanah air. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-explanatory dengan teknik pengumpulan data melalui library research dan survey lapangan. Respondennya adalah para mahasiswa di DKI Jakarta yang sampelnya ditentukan secara proporsional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada enam variabel perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian kartu kredit oleh mahasiswa yaitu (diurutkan berdasarkan variabel yang paling berpengaruh) ; variabel situasi pemakaian, pengetahuan, situasi komunikasi, kelas sosial, kelompok acuan dan gaya hidup. Opini responden terhadap alasan mengapa dia memilih kartu kredit jenis tertentu sangat dipengaruhi berturut-turut (berdasarkan faktor yang paling berpengaruh) oleh faktor kepraktisan kartu kredit, pelayanan yang memuaskan dari para bank issuer, persyaratan kepemilikan yang mudah, rentang jatuh tempo yang cukup panjang, bunga kredit yang kecil, reputasi dari bank issuer kartu kredit dan yang terakhir adalah kegunaan kartu kredit untuk berbagai macam transaksi. Meskipun kondisi perekonomian masih lesu namun bisnis kartu kredit masih relatif lebih baik dibandingkan dengan jenis pinjaman lainnya seperti corporate, commercial maupun perorangan karena walaupun jumlah kartu banyak tapi credit limit per kartu kecil sehingga resiko bisnis masih terkendali. Analisis yang dilakukan oleh penulis terhadap berbagai data lapangan yang terkumpul mengacu pada model pendekatan perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell dan Miniard dalam buku Consumer Behavior mereka. Disamping beberapa buku teks pemasaran dan psikologi.