

Atribut yang dominan dalam kartu kredit Diners Club (Sebagai hasil kegiatan positioning)

Bernadette S. Wahyu H., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286321&lokasi=lokal>

Abstrak

Atribut-atribut produk dapat dijadikan sebagai atribut produk dari suatu merk tertentu, jika atribut-atribut tersebut merupakan keistimewaan yang ditawarkan oleh merk tersebut. Atribut atau ciri yang melekat pada produk merupakan hal yang akan disampaikan dan ditawarkan kepada konsumen oleh produsen produk tersebut melalui kegiatan positioningnya. Tidak semua atribut yang melekat pada produk ditawarkan oleh produsen melalui kegiatan komunikasi periklanannya. Melainkan atribut-atribut yang dianggap produsen merupakan kelebihan yang dimiliki merk produknya dibandingkan dengan merk lain dari jenis produk yang sama. Hal ini berkaitan dengan usaha yang dilakukan oleh produsen dalam menempatkan merknya kepada konsumen pada suatu posisi tertentu. Ternyata dari sekian banyak atribut-atribut yang ditawarkan oleh suatu merk hanya beberapa atribut saja yang dapat diterima konsumen, sehingga konsumen memilih merk tersebut. Atribut-atribut yang dipilih adalah atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen inilah yang dikatakan sebagai atribut-atribut yang dominan. Melalui perhitungan statistik Analisis Faktor, atribut-atribut tersebut disederhanakan menjadi beberapa dimensi. Setiap dimensi terdiri dari variasi kelompok atribut yang berbeda sesuai dengan latar belakang -faktor demografi dan psikografi konsumen- Dengan demikian dapat diketahui persepsi konsumen tentang atribut-atribut yang dominan dari merk tersebut yaitu merk Diners Club. Kartu Kredit di Indonesia merupakan produk yang lebih dikenal di kota-kota besar. Terdapat berbagai merk kartu kredit yang terbit di Indonesia. Pada dasarnya tidak terdapat banyak perbedaan antara merk kartu kredit yang satu dengan yang lainnya disebabkan -fungsi dasar kartu kredit adalah sama yaitu pengganti alat pembayaran secara tunai - Penelitian ini bertujuan untuk meneliti atribut-atribut yang dominan dalam kartu kredit Diners Club karena merk Diners Club merupakan kartu kredit yang tidak murni - Artinya, kartu Diners Club merupakan satu-satunya "Charge Card" yaitu pembayaran harus dilakukan secara sekaligus jika dilakukan penagihan. Tidak seperti merk kartu kredit lain yang memperbolehkan pembayaran secara berangsur dengan dikenakan bunga. Tetapi keistimewaan merk Diners Club yang hanya mengeluarkan satu jenis kartu yaitu kartu platinum juga mempengaruhi persepsi konsumen dalam menentukan atribut yang dominan dalam kartu kredit Oleh sebab itu atribut kredit tak terbatas dan prestis merupakan atribut-atribut yang selalu muncul dalam setiap dimensi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kecenderungan gaya hidup konsumen adalah gaya hidup orientasi diri yaitu gaya hidup yang mementingkan kepentingan pribadinya. Sedangkan Kepribadian konsumen cenderung kearah kepribadian aktif.