

Analisis Loyalitas Nasabah Kartu Kredit (Studi Kasus Nasabah Kartu Kredit BNI di Jakarta)

Maria Agnes Esa Alia, Author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461243&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Persepsi masyarakat terhadap manfaat akan kartu kredit sekarang dan masa mendatang sepertinya bukan lagi berdasarkan gengsi melainkan suatu kebutuhan masyarakat di kota-kota besar. Para leader pada bisnis kartu kredit di Indonesia terdiri dari bank-bank pemerintah, bank-bank swasta, bank-bank asing serta lembaga keuangan mendominasi dan turut memeriahkan pasar dengan berbagai tawaran-tawaran yang menarik. Keunggulan dari masing-masing pemain pasar kartu kredit menjadi prioritas dalam mempertahankan loyalitas sekaligus menarik card holder baru dalam meningkatkan jumlah pemegang kartu di Indonesia.

Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah membahas pertama, mengenai bagaimana gambaran loyalitas kartu kredit BNI dan variabel apa saja dalam faktor loyalitas kartu kredit BNI yang paling berperan dalam menentukan loyalitas kartu kredit BNI. Kedua, bagaimana hubungan antara besarnya pengaruh masing-masing variabel penentu loyalitas terhadap loyalitas kartu kredit BNI dilihat dari 4 hal yaitu repeat transaction, pemilihan kartu kredit lain, kebutuhan akan kartu kredit lain dan kesediaan merekomendasikan kartu kredit BNI kepada teman/relasi/saudaranya. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah mengetahui variabel loyalitas nasabah kartu kredit BNI, mengetahui pengaruh variabel loyalitas terhadap loyalitas nasabah kartu kredit BNI berdasarkan 4 hal diatas, mengetahui hubungan/korelasi yang terjadi antara variabel loyalitas terhadap loyalitas nasabah kartu kredit BNI apakah rendah, sedang atau kuat

Metode pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 150 responden yang diambil secara drop off survey. Dari 150 responden diambil 136 sampel data yang valid yang dapat dianalisis. Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis faktor untuk menghitung skor loyalitas kartu kredit BNI dan korelasi antara variabel loyalitas dengan loyalitas kartu kredit BNI.

Hasil analisis yang didapat adalah faktor loyalitas barrier to switching variable berupa resiko fungsional menempati mean pada skor yang paling tinggi dibandingkan variabel barrier to switching lainnya yaitu dengan skor 3,5. Value Relative to Competition. Reputasi Bank BNI sebagai penerbit kartu kredit berada

pada skor paling tinggi diantara variabel lainnya sebesar 5, 11. Faktor Customer characteristic dengan variabel terdiri dari Sikap dan perilaku nasabah yang tidak menyukai pindah-pindah merek berada pada skor mean paling tinggi yaitu 3,98. Faktor competitive environment dengan variabelnya terdiri dari ada kartu kredit lain yang memiliki fitur yang sama menariknya dengan kartu kredit BNI berada pada skor mean paling tinggi sebesar 4,18

Faktor Customer satisfaction terdiri dari Nasabah yang lebih puas menggunakan kartu kredit BNI dibandingkan kartu kredit lain berada pada skor mean 4,38.

Loyalitas kartu kredit BNI memiliki nilai mean score atau nilai rata-rata sebesar 4,79 dan faktor yang paling mempengaruhi loyalitas kartu kredit BNI adalah customer satisfaction sebesar 4,83. Loyalitas kartu kredit BNI akan meningkat apabila kepuasan nasabah juga ditingkatkan dengan memberikan nilai tambah pada kartu kreditnya. Peningkatan nilai yang diterima nasabah dalam setiap interaksinya dengan Bank BNI dapat meningkatkan kepuasan yang mengarah ke tingkat ketahanan pelanggan yang lebih tinggi. Nasabah akan bertahan dan terus melakukan repeat transaction karena merasa nyaman dengan nilai yang didapat dan akan lebih mungkin menjadi pelanggan yang loyal yang akan mengarah kepada repeat transaction, perkomendasi dan frekuensi transaksi Hubungan loyalitas dengan repeat transaction memiliki korelasi Pearson yang sedang cenderung kuat sebesar +0,511. Hubungan loyalitas dengan pemilihan kartu kredit lain memiliki korelasi pearson yang lemah sebesar +0,381. Hubungan loyalitas dengan nasabah kartu kredit BNI yang masih membutuhkan kartu kredit lain korelasi yang sangat rendah sebesar -0,157. Hubungan loyalitas dengan kesediaan nasabah merekomendasikan kartu kredit BNI kepada teman/relasi/saudaranya memiliki korelasi yang sedang cenderung kuat sebesar +0,486.

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa variabel yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah kartu kredit BNI di Jakarta adalah faktor customer satisfaction, Korelasi antara loyalitas dan repeat transaction adalah korelasi yang sedang cenderung kuat, hubungan antara loyalitas dan pemilihan kartu kredit lain adalah korelasi sedang hubungan antara loyalitas dan kebutuhan kartu kredit lain adalah korelasi yang sangat rendah, dan hubungan antara loyalitas dan kesediaan merekomendasi adalah korelasi yang sedang cenderung kuat. Saran yang dapat dijadikan masukan adalah Bank BNI harus dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan pelayanan yang professional bagi nasabahnya, karakteristik nasabah kartu kredit BNI yang mayoritas tidak menyukai pindah-pindah merek merupakan peluang untuk mempertahankan nasabah untuk loyal, reputasi dan image Bank BNI yang cukup baik harus tetap dijaga dengan menekan tingkat komplain nasabah terutama dalam hal penagihan.