

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=20283466&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Atribut-atribut produk dapat dijadikan sebagai atribut produk dari suatu merk tertentu, jika atribut tersebut merupakan keistimewaan yang ditawarkan oleh merk tersebut. Atribut atau ciri yang melekat pada produk merupakan hal yang akan disampaikan dan di tawarkan 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 merek lain dari jenis produk yang sama. Hal ini berkaitan dengan usaha yang dilakukan produsen dalam menempatkan merknya oleh kedalam benak konsumen pada suatu posisi tertentu. Ternyata dari sekian banyak atribut-atribut yang ditawarkan oleh suatu merk hanya beberapa atribut yang dapat diterima konsumen, sehingga konsumen memilih saja merk tersebut. Atribut-atribut yang dipilih adalah atribut-atribut yang dianggap penting oleh Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen inilah yang dikatakan sebagai atribut-atribut yang dominan. konsumen. 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. di ketahui persepsi konsumen tentang atribut-atribut yang. dominan dari merk tersebut yaitu merek 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 kredit adalah sama yaitu pengganti alat pembayaran dasar kartu secara tunai. Penulis tertarik untuk meneliti atribut-atribut yang dominan dalam kartu kredit Diners Club karena merk Diners Club merupakan kartu kredit yana tidak murni. Dalam arti, kartu Diners Club merupakan satu-satunya Charge Carrf 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 sang 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.