

## Analisis sikap dan perilaku pengguna kartu kredit Citibank

Ambarita, Alexander Said Mulia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90300&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Analisa Sikap dan Perilaku Penggunaan Kartu Kredit Citibank. Dijaman modern ini, dikenal kartu plastik (Kartu Kredit) yang dikeluarkan oleh BAN sebagai salah satu alternatif pengganti transaksi dengan uang tunai. Perkembangan pertama didahului dengan perkembangan kartu kredit yang meningkat. Dan sekian banyak kartu kredit yang beredar, ada dua nama yang mendominasi yaitu Visa dan Master.

Ketika krisis ekonomi melanda Indonesia pada akhir tahun 1997, hampir menghancurkan seluruh sektor usaha yang ada di Indonesia tak terkecuali bisnis kartu kredit- Bisnis ini semakin terpuruk dengan semakin meningkatnya kredit yang bermasalah ditambah dengan semakin meningkatnya suku bunga kredit. Dan akhirnya, membawa dampak menurunnya nilai transaksi dengan menggunakan kartu kredit.

Keadaan ekonomi membaik sehingga industri kartu kredit ini mulai menimbulkan optimisme baru. Tetapi dampak krisis ekonomi, sedikit banyak telah mengubah perilaku konsumen yaitu konsumen menjadi takut dengan suku bunga yang tinggi dan orang cenderung menghindari pembeian dengan kredit karena akan menimbulkan beban dikemudian hari. Melihat perubahan perilaku konsumen tersebut timbul suatu ide untuk menerbitkan kartu kredit yang mempunyai persyaratan keanggotaan lebih mudah dan tidak tergantung pada suku bunga.

Dengan adanya kartu kredit ini tentunya motivasi yang dicari konsumen pada tiap jenis kartu tersebut berbeda walaupun semuanya mempunyai fungsi yang hampir sama. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan mengidentifikasi sikap dan perilaku pengguna kartu kredit Citibank, dengan demikian dari identifikasi sikap dan perilaku pengguna kartu kredit Citibank tersebut dapat diketahui apa yang menjadi motivasi konsumen menggunakan kartu kredit Citibank sebagai kartu kredit utama, dan juga tentunya mengetahui sikap dan perilaku mereka juga terhadap kartu kredit Citibank.

Desain penelitian (research design) yang digunakan dalam riset ini adalah gabungan riset eksploratori (exploratory research) dan riset deskriptif (descriptive research) dengan melalui metode sample survey, dengan jumlah sampel yang diperoleh adalah 120 responden. Target populasi yang dituju adalah pengguna kartu kredit Citibank yang bertempat tinggal di Jakarta. Dari data yang telah dikumpulkan, dilakukan analisis deskriptif berupa frekwensi, Mean dan tabulasi data serta analisa inferential Anova. Pengumpulan data dilakukan dengan cara non probability sampling dengan metode judgemental sampling dan disproportioned stratified sampling.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa sikap dari pengguna kartu kredit Citibank mempunyai banyak persamaan antara responden satu dengan yang lainnya yaitu bahwa kartu kredit Citibank merupakan kartu kredit dengan bunga yang tinggi dan sistem penagihan yang dilakukan oleh Citibank kurang menyenangkan bagi konsumen. Namun demikian juga ternyata faktor yang dianggap penting bagi konsumen dalam memilih dan menggunakan kartu kredit Citibank adalah acceptance dan kredibilitas dari bank penyelenggara kartu kredit tersebut. Jika dilihat dari perilaku konsumen terhadap penggunaan kartu kredit Citibank, sebagian besar responden menggunakannya sebagai kemudahan dalam hal pembayaran yang kebanyakan dilakukan untuk keperluan belanja kebutuhan sehari-hari baik yang bersifat rutin maupun yang

bersifat mendadak.

Dengan adanya sikap dan perilaku dari konsumen pengguna kartu kredit Citibank, Bank penyelenggara dapat mengadakan promosi/direct sales yang lebih bersifat mengedukasi konsumennya seperti mengadakan acara-acara di televisi baik itu sifatnya entertainment maupun edukasi sehingga dapat menimbulkan motivasi pada calon konsumennya terutama mengenai keuntungan dalam menggunakan kartu kredit. Dan juga dari penelitian ini dapat disarankan kepada Citibank sebagai penerbit kartu kredit untuk lebih sering menggunakan media surat kabar sebagai media komunikasi terhadap konsumennya, melihat source of brand awareness responden dalam mencari informasi mengenai kartu kredit.