

Profil dan kinerja produk kartu kredit sebuah pendekatan dengan correspondence analysis dan quadrant analysis = Profile and credit card performance an approach using correspondent analysis and quadrant analysis

Wisnu Tri Hardjanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=94906&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan informasi dan teknologi yang semakin canggih merubah gaya hidup masyarakat, tidak terkecuali dalam bertransaksi. Hal ini dilihat oleh industri perbankan sebagai peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Produk bank yang dapat memenuhi kebutuhan ini antara lain kartu kredit.

Bank penerbit kartu kredit yang saat ini menguasai pasar di Indonesia adalah Citibank, BNI, BCA, BII dan Bank Mandiri. Kelima bank tersebut menguasai pasar kartu kredit di Indonesia lebih dari 70 % dari semua pemegang kartu kredit.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh informasi bahwa peringkat atribut kartu kredit menurut kepentingannya adalah penggunaannya luas, bunga kartu kredit, iuran kartu kredit, kemudahan cara pembayaran, reputasi bank, penanganan keluhan, ketepatan pengiriman tagihan, Iayanan call centre, denda keterlambatan pembayaran, bunga penarikan tunai, reward, limit kartu kredit, permohonan kartu kredit, point bonus, limit penarikan tunai, prestise, penawaran produk dalam katalog dan desain kartu kredit.

Berdasarkan basil penelitian tersebut bank-bank penerbit kartu kredit mendapatkan informasi mengenai harapan pengguna kartu kredit terhadap atribut-atribut kartu kredit menurut tingkat kepentingannya. Hal ini merupakan informasi penting bagi bank penerbit kartu kredit dalam rangka menerapkan strategi pemasaran kartu kredit sesuai dengan tujuan bisnisnya masing-masing.

Pada akhirnya diharapkan bank-bank penerbit kartu kredit dapat secara kreatif dan inovatif mengembangkan fasilitas dan fitur-fitur kartu kredit yang dapat memenuhi kebutuhan yang iebih tinggi dari penggunanya, sehingga manfaat kartu kredit yang dirasakan akan semakin baik dan kepuasan dapat dirasakan oleh pengguna kartu kredit.

<hr>

The growth of Information and technology which is sophisticated has changed society life style, even in doing transaction. This matter is seen by banking industry as bussiness potency which is very promising. The bank product that is able to fulfill this requirement is credit card.

The bank publisher of credit card which in this time mastering market share in Indonesia are Citibank, BNI, BCA, BII and Mandiri. Those five banks are mastering credit card market share in Indonesia more than 70 % from all credit card holder.

Based on the result of the research, it is known that credit card attribute sequency qualification are the range

usage, the interest, the annual fee, the practicality of payment, the bank reputation, the handling complain, the accuracy of delivery of invoice, the service of call centre, the fine of delayed in payment, the interest of withdrawal of cash, the reward, the limit, the proffering of application, the bonus point, the limit withdrawal of cash, the prestige, the offer of product in catalogue and the design of the credit card.

Based on that research above the banks publisher of credit card will get the information about the expectation of credit card holder toward the credit card attributes based on its importance. This matter is very importance for bank publisher of credit card for the agenda of applying marketing strategy of credit card in line with it each target.

In the end, the bank publisher of credit card are expected to develop creatively and inovatively the facilites and the features of credit card which are able to fulfill the higher demand from the consumer so that the credit card will be more beneficial and satisfying for its consumer.