

ABSTRACT

Credit Card is one of the bank product was known to people in order to increase their credit way. Credit card is a published card by bank and known are bank card or plastic money. By credit card, a customer has many easy think; they are easy to shop, easy to take cash money, and not any risk to bring much money. Credit card launching is suitable with Bank Negara Indonesia Tbk vision and mission.

In order to give a satisfaction for customer, bank give lower interest than other BNI bank, is 2.85 %. Besides that a customer can take money till 80% by self transfer. The phenomena are customer claim that their credit card has limited. This condition is causes of not optimal card increasing. It means that BNI bank has conservatism to their costumer, and they choose every customer which takes a credit card application.

In this case, the writer is using survey method in Bank Negara Indonesia Tbk, by primary data. The writer uses a questioner to found a primary data. The data have analyzed by correlation determine, and hypothesis.

The result show that The First : According to all of the credit card attribute customer opinion that PT BNI have a good score or have suitable to a real hope. The second: According to all of customer satisfaction in PT BNI, they have a good pointing because suitable to their performance. The third: they are having a relationship between credit card attribute and customer satisfaction in PT BNI.

ABSTRAKSI

Kartu Kredit adalah salah satu produk yang ditawarkan oleh bank pada masyarakat dalam upaya menyalurkan kreditnya. Kartu Kredit merupakan salah satu yang diterbitkan oleh bank atau dikenal sebagai bank card yaitu uang plastik yang dikeluarkan oleh bank. Dengan kartu kredit nasabah mendapatkan kemudahan untuk berbelanja, kemudahan memperoleh uang tunai dan menghindari resiko kehilangan membawa uang tunai. Peluncuran Kartu Kredit sesuai dengan visi dan misi Bank Negara Indonesia Tbk.

Dalam upaya memberikan kepuasan kepada pengguna kartu kredit, bank BNI menetapkan suku bunga lebih rendah dari bank lain yaitu efektif 2,85 % serta nasabah dapat menarik uang tunai secara langsung sampai dengan 80 % melalui transfer. Fenomena yang muncul adalah adanya keluhan dari nasabah mengenai limit kartu kredit. Kondisi ini dikhawatirkan dapat mengakibatkan perkembangan kartu kredit tidak optimal. Belum optimalnya perkembangan penggunaan kartu kredit tidak terlepas dari adanya prinsip kehati-hatian bank BNI karena kartu kredit merupakan produk baru sehingga dalam proses aplikasi kartu kredit sangat selektif.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode survey pada satu kasus di Bank Negara Indonesia Tbk, dengan data primer. Penulis menggunakan kuesioner untuk memperoleh data primer. Data yang diperoleh diolah dan dianalisis melalui analisis deskriptif, analisis korelasi, dan koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian dan pembahasan, menunjukkan bahwa **Pertama** : secara keseluruhan atribut kartu kredit menurut pendapat nasabah PT. BNI termasuk kategori baik memiliki kesesuaian dengan harapan nasabah. **Kedua** : secara keseluruhan kepuasan nasabah termasuk kategori baik karena adanya kesesuaian antara kinerja perusahaan dengan kepuasan nasabah. **Ketiga** : atribut kartu kredit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan kartu kredit pada PT. BNI.

DAFTAR ISI

	halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Tempat dan Waktu Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Ruang Lingkup Bank	10
2.1.1 Pengertian Bank	10
2.1.2 Fungsi dan Kegiatan Usaha Bank Umum	13
2.2 Simpanan dan Pinjaman atau Kredit Bank	15
2.2.1 Simpanan Bank	15

2.2.2	Pinjaman atau Kredit Bank.....	17
2.3	Ruang Lingkup Pemasaran Jasa	19
2.3.1	Pengertian Pemasaran	19
2.3.2	Karakteristik dan Sifat-sifat Khusus dari Pemasaran Jasa	21
2.4	Ruang Lingkup Atribut Kartu Kredit	23
2.4.1	Pengertian Atribut	23
2.4.2	Pengertian Kartu Kredit	25
2.4.3	Prosedur Penerbitan Kartu Kredit	25
2.4.4	Keuntungan Kartu Kredit	26
2.5	Ruang Lingkup Kepuasan Nasabah	27
2.6	Hubungan Antara Atribut Kartu Kredit dengan Kepuasan Nasabah	29
2.7	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	30
2.7.1	Kerangka Pemikiran	30
2.7.2	Hipotesis Penelitian	35
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	37
3.1	Objek Penelitian	37
3.1.1	Sejarah Singkat PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	37

3.1.2	Visi dan Misi Serta Sasaran PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.....	47
3.1.3	Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Perintis Kemerdekaan Bandung	48
3.1.4	Tugas dan Fungsi Pemimpin Cabang	53
3.1.5	Aktivitas Operasional PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Perintis Kemerdekaan Bandung	55
3.2	Metode Penelitian	57
3.2.1	Variabel Penelitian dan Pengukuran atau Operasional Variabel	57
3.2.2	Desain Penelitian	58
3.2.3	Metode Pengumpulan Data	59
3.2.4	Metode Analisis Data	60
3.2.5	Pengujian Instrumen Penelitian	66
3.2.6	Pengujian Hipotesis	68
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1	Hasil Penelitian	69
4.1.1	Ketentuan Perkreditan Kartu Kredit PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	69

4.1.2	Karakteristik Responden	80
4.1.3	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	83
4.2	Pembahasan	86
4.2.1	Pendapatan Responden Mengenai Atribut Kartu Kredit Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Perintis Kemerdekaan Bandung	86
4.2.2	Tingkat Kepuasan Nasabah Atas Atribut Kartu Kredit Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Perintis Kemerdekaan Bandung	92
4.2.3	Pengaruh Atribut Kartu Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Perintis Kemerdekaan Bandung	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		101

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	9
Tabel 3.1 Perubahan Nama Resmi Bank Negara Indonesia Sejak Berdiri..	40
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	58
Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	21
Tabel 4.1 Persyaratan umum menjadi pemegang Kartu Kredit BNI	69
Tabel 4.2 Batas Pemberian Kredit BNI	70
Tabel 4.3 Iuran Tahunan yang berhubungan dengan Kartu Kredit BNI	70
Tabel 4.4 Bunga yang berhubungan dengan Kartu Kredit BNI	70
Tabel 4.5 Biaya-Biaya yang berhubungan dengan Kartu Kredit BNI	70
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasrkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasrkan Usia	81
Tabel 4.8 Karakterisitk Responden Berdasarkan penghasilan (Rp/Bulan)...	81
Tabel 4.9 Karakterisitk Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	82
Tabel 4.10 Karakterisitk Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Atribut Kartu Kredit	83

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Bank Beserta Kegiatan dan Cara Memperoleh Keuntungan....	13
Gambar 2.2 Empat komponen P dalam bauran pemasaran	20
Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Konsumen	28
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	36
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.	55
Gambar 3.2 Diagram Kartesius	66