



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STUDI SIKAP MASYARAKAT UNTUK MENGAMBIL
KREDIT DI BANK JABAR DIBANDINGKAN DENGAN
BANK LAIN**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Magister Manajemen**



Oleh :
Siti Fatonah
1310401-015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2006**

PENGESAHAN TESIS

Judul : Studi Sikap Masyarakat Untuk Mengambil Kredit di Bank Jabar
dibandingkan dengan Bank lain

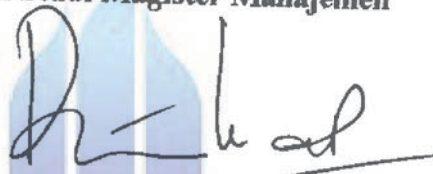
Nama : Siti Fatonah

N I M : 1310401-015

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal :

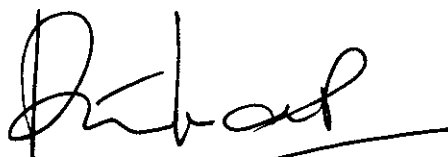
Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen


Dr. Mustika S. Purwanegara, M. Sc

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing Utama

Pembimbing II


Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, M. Sc

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Studi sikap masyarakat untuk mengambil kredit di Bank Jabar dibandingkan dengan bank lain

Nama : Siti Fatonah

N I M : 1310401-015

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 09 Nopember 2006

Siti Fatonah

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Illahi Robbi atas petunjuk dan karunia- Nya yang telah dilimpahkan kepada kami baik berupa kemudahan dan kemampuan serta semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini sebagai persyaratan tugas akhir pendidikan S2 Program Magister Manajemen jurusan pemasaran pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tulisan ini dilatar belakangi oleh keinginan saya untuk meneliti sejauh mana PT.Bank Jabar dikenal masyarakat dalam hal kredit baik dari segi pelayanannya maupun dari segi produk kredit itu sendiri. Dengan segala kekurangan dan kelebihan dari segi pelayanan dan produk yang dimiliki oleh PT.Bank Jabar, mudah-mudahan dapat diambil manfaat yang lebih baik untuk kemajuan PT.Bank Jabar pada masa yang akan datang.

Saya sangat menyadari segala keterbatasan dan kemampuan baik dalam hal pengumpulan teori maupun data – data pendukung lainnya serta penyusunan kata-kata dalam pembuatan tulisan ini.

Dengan nati lapang penulis juga mengucapkan terimakasih dan penghargaan atas bimbingan, bantuan, arahan serta dorongan dan waktu dari berbagai pihak. Banyak hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi selama proses penulisan ini berjalan, namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak maka tesis ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan mendukung penelitian ini, diantaranya :

1. Kedua orang tua saya, H.AM.Sukmana dan Dedeh Kurnia tercinta atas doa restunya.

2. Suamiku tercinta MA.Yusrin Razak. Anak-anakku Suci, Akbar dan Salsa yang memberiku semangat.
3. Ibu Dr.Ir.Mustika.S.Purwanegara.MSc. selaku dosen pembimbing utama yang sangat banyak memberi dorongan dan semangat dalam membantu selesainya tulisan ini.
4. Bapak H.Rubyana Ramdhan. selaku Pemimpin PT.Bank Jabar Cabang Serang.
5. Semua Karyawan/ti PT.Bank Jabar Cabang Serang.
6. Semua Staf pengajar Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Rekan-rekan mahasiswa UMB Jakarta yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Serta semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tulisan ini , tanpa mengurangi rasa hormat saya ucapkan terimakasih.

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis dan para pembaca.



Jakarta, 04 Nopember 2006

Siti Fatonah

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL TESIS	i
PENGESAHAN TESIS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	4
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4	Manfaat dan Kegunaan Tesis	5
1.5	Sistematika Penulisan	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1	Kajian Pustaka	7
2.1.1.	Kredit Bank	7
2.1.1.1.	Pengertian Kredit	7
2.1.1.2.	Fungsi Kredit	8
2.1.1.3.	Sasaran Kredit	9
2.1.2.	Definisi Pemasaran	9
2.1.2.1.	Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan	13
2.1.2.2.	Nilai dan Kepuasan	14
2.1.2.3.	Hubungan dan Jaringan Kerja	15
2.1.2.4.	Saluran Pemasaran	16
2.1.3.	Definisi Perilaku Konsumen	16
2.1.3.1.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
2.1.3.1.1.	Faktor Kebudayaan	19
2.1.3.1.2.	Faktor Sosial	19
2.1.3.1.3.	Faktor Pribadi	19
2.1.3.1.4.	Faktor Psikologis	19

2.1.3.2. Sikap Konsumen	20
2.1.3.2.1. Kepercayaan Sikap dan Perilaku	21
2.1.3.2.2. Karakteristik Sikap	23
2.1.3.3. Penaksiran Sikap dalam Pembuatan Strategi Pemasaran	26
2.2 Kerangka Pemikiran	31
2.3 Hipotesis	34

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	35
3.2. Metode Penelitian	35
3.3. Identifikasi Variabel Penelitian	36
3.4. Penentuan Alat dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1. Data Primer	37
3.4.2. Data Sekunder	38
3.5. Peyusunan Perangkat Penelitian (Kuisisioner)	38
3.6. Pengumpulan Sampel Penelitian	39
3.7. Penentuan Tehnik Pengumpulan Data	40
3.8. Pegujian Validitas dan Reabilitas	40
3.9. Pengumpulan Data	40
3.10. Uji Kecukupan Data	41
3.11. Pengolahan Data	41
3.12. Analisis dan Implikasi Manajerial	42

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.2 Karakteristik Responden	46
4.2.1 Umur Responden	46
4.2.2 Jenis Kelamin	47
4.2.3 Pekerjaan Responden	47
4.2.4 Pendidikan Responden	48
4.2.5 Status Perkawinan	48
4.2.6 Golongan/Pangkat	49
4.3 Jenis Kredit dan Penggunaan	49
4.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat	51
4.4.1. Faktor-faktor Produk dalam Keputusan Pengambilan Kredit KGB	51
4.4.2. Faktor-faktor Pelayanan dalam Keputusan Pengambilan Kredit	53

4.4.3. Pengelompokan Faktor-faktor Dominan yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat	54
4.5 Sikap Konsumen Terhadap Jasa Layanan Kredit Bank Jabar	57
4.6 Sikap Konsumen terhadap Bank Jabar dan Bank lainnya	58
4.7 Skor Persepsi dan Skor Kepercayaan atas Kepentingan	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xiii

