

## **ABSTRAK**

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PEMEGANG KARTU KREDIT BANK RAKYAT INDONESIA DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**RESTY ISMILYA**

Banyaknya manfaat yang diberikan kartu kredit, dewasa ini pengguna kartu kredit semakin meningkat jumlahnya. Jasa kartu kredit ini dirasakan sebagai bisnis yang potensial dan menghasilkan margin yang menguntungkan. Karena itu banyak perusahaan dibidang perbankan terjun kedalam bisnis penyedia jasa kartu kredit.

Terdapat beberapa perbankan yang merambah bisnis kartu kredit dan menerbitkan kartu kredit terbanyak hingga Februari 2011, antara lain Mandiri (2 juta kartu), BNI (1,6 juta kartu), Citibank (1,5 juta kartu), CIMB Niaga (1 juta kartu) dan BRI (850 ribu). Penelitian ini dilakukan pada pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung.

Masalah yang dihadapi adalah persaingan yang tinggi antar penyedia jasa kartu kredit, sehingga menyebabkan jumlah target yang ditetapkan oleh BRI belum bisa tercapai.

Permasalahan penelitian ini adalah Apakah pemenuhan persepsi pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu kredit PT. BRI di Bandar Lampung.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh faktor persepsi pelanggan, kualitas

produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna kartu kredit dari BRI di Bandar Lampung. Hipotesis pada penelitian ini adalah Persepsi pelanggan, Kualitas produk dan Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pemakai kartu kredit BRI di Bandar Lampung.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang, dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, studi pustaka.

Hasil penelitian diperoleh secara parsial dan simultan menggunakan uji t dan uji F variabel persepsi pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna kartu kredit BRI. Hasil perhitungan regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebesar 69,1% loyalitas pengguna kartu kredit dari BRI dipengaruhi oleh variasi dari ketiga variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 30,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti.

Hal ini menunjukkan persepsi pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi, kualitas produknya belum dapat dikatakan tinggi, pelanggan masih belum merasa puas menggunakan kartu kredit BRI sehingga loyalitas pelanggan belum bisa tercipta. Untuk itu PT. BRI Tbk harus lebih memperhatikan: Pemenuhan persepsi pelanggan dengan sedikit mengurangi beban iuran tahunan, memperjelas pelayanan yang dijanjikan melalui iklan. Peningkatan kualitas produk dengan mengurangi bunga yang dibebankan kepada pelanggan, dan mengumumkan dengan jelas benefit yang diberikan agar dapat diketahui oleh semua pelanggan. Kepuasan pelanggan dengan mencari informasi mengenai keluhan, meningkatkan fasilitas dan pelayanan.