

PENGARUH PERSEPSI NASABAH KREDIT TERHADAP CITRA BANK

(Kasus pada Bank BTN Yogyakarta Kantor Cabang 2)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.I.Kom)

oleh

STEPHANIE NIEKE SETIAWAN

08 09 03458

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH KARAKTERISTIK NASABAH TERHADAP CITRA BANK
(KASUS PADA BANK BTN YOGYAKARTA KANTOR CABANG 2)

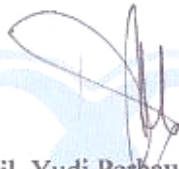
SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

STEPHANIE NIEKE SETIAWAN
No. Mhs : 08 09 03458/KOM

Disetujui oleh :



Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih M. Si
Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Nasabah Kredit terhadap Citra Bank**

Penyusun : Stephanie Nieke Setiawan

NIM : 08 09 03458

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : Kamis, 12 Juli 2012

Pukul : 11.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1

TIM PENGUJI

Gregoria Arum Yudarwati
Penguji Utama

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih M. Si
Penguji I

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M. Si
Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Stephanie Nieke Setiawan

No. Mahasiswa : 08 09 03458

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : **PENGARUH PERSEPSI NASABAH KREDIT
TERHADAP CITRA BANK**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian, hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang ada pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga ada ketidak sesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultasyangdibentuk untuk melakukan cerifikasi, dengan sanksi terberat berupa pemabatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini, saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 3 Juli 2012

Saya yang menandatangani,



(Stephanie Nieke Setiawan)

HALAMAN PERSEMBAHAN

I dedicate my thesis to :

My Beloved Daddy God

My Daddy and Mommy

My beloved Brothers

HALAMAN MOTTO

It is not what we get. But who we become, what we contribute. That gives meaning to our

lives - Tony Robbins

Stephanie Nieke Setiawan

No. Mhs 080903458

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH KREDIT TERHADAP CITRA BANK
(Kasus pada Bank BTN Yogyakarta Kantor Cabang 2)**

ABSTRAKSI

Bank BTN adalah bank yang terkenal sebagai bank Kepemilikan Perumahan Rakyat. Selama ini, bank BTN dicitrakan sebagai bank yang fokus pada pembiayaan kredit perumahan rakyat.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang penawaran kredit. Untuk mendapatkan pelanggan yang banyak, perusahaan harus bersaing ketat dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Inti dari dunia perbankan adalah nasabah. Dalam hal ini, bank juga harus menyadari apa yang menjadi tugas utamanya, yaitu memenuhi kebutuhan nasabahnya dan berusaha memuaskan mereka. Saat ini, bank BTN termasuk dalam 10 besar bank beraset terbesar di Indonesia termasuk bank pemberi kredit terbesar pada urutan ke-8. Dari data yang ada, terlihat jelas bahwa Bank BTN berusaha keras untuk membentuk citra positif di mata pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi nasabah kredit terhadap citra bank. Metode penelitian yang digunakan pada skripsi ini adalah metode penelitian survei, sedangkan untuk teknik pengumpulan data penulis menggunakan metode kuesioner dengan respondennya adalah nasabah yang mengambil kredit di bank BTN Yogyakarta.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah persepsi mempengaruhi citra bank, sedangkan persepsi sendiri dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing individu. Penelitian ini memberikan bukti bahwa ada pengaruh persepsi nasabah kredit terhadap citra bank.

Kata Kunci : Citra Bank, Persepsi dan Karakteristik Individu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala anugrah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul ” PENGARUH PERSEPSI NASABAH KREDIT TERHADAP CITRA BANK”

Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar kesarjanaan pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan pengarahan, bimbingan, serta motivasi yang baik secara langsung maupun tak langsung selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih M. Si selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan saran selama penulisan skripsi ini berlangsung.
2. Ibu Ike Devi S. Sos., M. Si dan ibu Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M. Si., yang telah memberikan masukan saat seminar skripsi.
3. Para dosen, staf pengajar, dan semua karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam menuntut ilmu.

4. Papa dan Mama tercinta, yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materiil, dan dorongan semangat kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Kakak- kakakku tercinta yang telah memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabatku tercinta (Niesa, Fang-fang, Lili, Mimie, Cindy, Momon, Ivone, Mega, Shinta, Martha, Tata, Ko Axiang, Aconk, Gepenk, Ko Yoke, Ko Irwan, Ko Jimmy, Ko Rudi) untuk semangat dan dukungan serta doa selama ini.
7. Teman-temanku (Adjenk, Leni, Jona, Amanda, Dea, Yusi, Kitty) untuk semangat serta doa selama ini.
8. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Tuhan memberkati kalian semua. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belumlah sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca, demi penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini memberikan manfaat bagi rekan-rekan mahasiswa khususnya program studi Ilmu Komunikasi. Terima kasih.

Yogyakarta, 3 Juli 2012

Stephanie Nieke Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Masalah.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Teori.....	5
1. Citra.....	5
a. Pengertian Citra	5
b. Jenis-jenis Citra.....	7
c. Elemen-elemen Citra.....	9
d. Manfaat Citra	12
2. Persepsi.....	13
3. Hubungan Citra dengan Persepsi.....	19
4. Bank	23

F. Kerangka Konsep.....	24
G. Hipotesis.....	32
H. Definisi Operasional.....	33
I. Metodologi Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian.....	36
2. Tipe Penelitian.....	36
3. Metode Penelitian.....	36
4. Teknik Pengumpulan Data	37
5. Populasi dan Sampel.....	38
6. Teknik Sampling	40
7. Teknik analisis data.....	40
8. Validitas dan Reliabilitas.....	40

BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan.....	45
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	49
C. Logo Perusahaan.....	50
D. Budaya Kerja.....	52
E. Produk dan Jasa.....	53
1. Produk Dana.....	53
2. Produk Kredit.....	58
3. Produk Jasa dan Layanan.....	62
F. Struktur Organisasi.....	68

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data.....	70
1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden.....	70
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
3. Hasil Uji Hipotesis	93
B. Interpretasi Data.....	100

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	111

DAFTAR PUSTAKA.....	113
----------------------------	------------

LAMPIRAN	
-----------------------	--------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Definisi Operasional.....	34
Tabel 1. 2. Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 1.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 3.1. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 3.2 . Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	71
Tabel 3.3. Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja.....	71
Tabel 3.4. Bank BTN memiliki ketepatan waktu dalam melayani.....	72
Tabel 3.5. Bank BTN memiliki karyawan yang ramah dalam melayani	73
Tabel 3.6. Karyawan Bank BTN memberikan informasi yang jelas pada nasabah.....	73
Tabel 3. 7. Penampilan karyawan Bank BTN yang menarik.....	74
Tabel 3. 8. Bank BTN memiliki karyawan yang terampil dalam melayani.....	75
Tabel 3. 9. Bank BTN memberikan penawaran program yang bervariasi.....	75
Tabel 3. 10. Karyawan Bank BTN memberikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami.....	76
Tabel 3. 11. Bank BTN memberikan akses layanan yang mudah didapat.....	77
Tabel 3. 12. Total skor dimensi personality.....	78
Tabel 3. 13. Bank BTN memiliki pemberitaan baik di media massa.....	79
Tabel 3. 14. Bank BTN mampu menumbuhkan rasa kepercayaan pada nasabah.....	79
Tabel 3. 15. Bank BTN memiliki kepedulian terhadap lingkungannya.....	80
Tabel 3. 16. Bank BTN membuat karyawannya bangga akan kinerja perusahaan.....	81
Tabel 3. 17. Bank BTN memberikan pelayanan profesional pada nasabah.....	81
Tabel 3. 18. Prospek pertumbuhan Bank BTN semakin meningkat.....	82
Tabel 3. 19. Total Skor dimensi <i>Reputation</i>	83
Tabel 3. 20. Bank BTN peduli terhadap harapan pelanggan.....	84

Tabel 3. 21. Bank BTN memberikan pelayanan kejujuran.....	85
Tabel 3. 22. Bank BTN menangani keluhan nasabah dengan cepat dan tepat.....	85
Tabel 3. 23. Bank BTN melayani sesuai dengan prosedur dan peraturan yang berlaku.....	86
Tabel 3. 24. Bank BTN dapat bekrjasama dengan nasabah dengan baik.....	87
Tabel 3. 25. Total Skor dimensi <i>Value</i>	88
Tabel 3. 26. Bank BTN mampu menciptakan <i>image</i> positif dari logo perusahaan sesuai dengan misi	89
Tabel 3. 27. Bank BTN mampu berperan seperti motto Bank BTN.....	89
Tabel 3. 28. Bank BTN mampu memilih warna yang identik sesuai dengan <i>image</i> yang telah terbentuk.....	90
Tabel 3. 29. Total Skor dimensi <i>Corporate Identity</i>	91
Tabel 3. 30. Total Skor Citra Bank	93
Tabel 3. 31. Tabulasi Silang Usia dengan Citra Bank.....	93
Tabel 3.32. Tabulasi Silang Pendidikan dengan Citra Bank.....	94
Tabel 3. 33. Tabulasi Silang Usia dengan Citra Bank.....	94
Tabel 3. 34. Hasil Uji Beda Usia dengan Citra Bank.....	95
Tabel 3. 35. Hasil Uji Beda Pendidikan dengan Citra Bank.....	95
Tabel 3.36. Hasil Uji Beda Masa Kerja dengan Citra Bank.....	96
Tabel 3. 37. Tabel Hubungan Antar Variabel	98

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Model Hubungan Variabel.....	32
Bagan 2.1 Struktur Organisasi	68
Bagan 3. 1. Skema Hubungan Variabel.....	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian dari Bank BTN

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Hasil jawaban 100 responden

Lampiran 4. Hasil Uji Korelasi Variabel Usia, Pendidikan, dan Masa Kerja

Lampiran 5. Hasil Uji Korelasi Variabel Citra Perusahaan

Lampiran 6. Hasil Uji Pearson

Lampiran 7. Hasil Uji Reliability

Lampiran 8. Hasil Uji Regresi

Lampiran 9. Frekuensi Tabel Variabel Usia, Pendidikan dan Masa Kerja

Lampiran 10. Frekuensi Tabel Variabel Citra Perusahaan

Lampiran 11. Hasil Crosstab

Lampiran 12. Hasil Tabulasi Silang

Lampiran 13. Hasil Uji Beda