

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih kami panjatkan kepada Allah S.W.T atas anugerah dan nikmat yang diberikan, sehingga terselesaikannya tesis ini tanpa adanya halangan. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program Magister Manajemen pada Universitas Bina Nusantara.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dengan adanya beberapa kekurangan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan tesis ini.

Dalam penyusunan tesis ini penulis telah banyak memperoleh bimbingan, pengarahan, saran-saran, dukungan serta doa yang sangat bermanfaat hingga terselesaikannya tesis ini.

Dalam kesempatan ini kami ingin juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua kami tercinta, Bp. Yusril Yos beserta Ibu. Rosmala Devi dan Bp. Yusuf Iskandar. T beserta Ibu. Soejarti , yang telah banyak memberikan dukungan moril dan materil hingga terselesaikannya pendidikan kami sampai ketingkat ini.
2. Bp. Bun Sucento, MBA, M.Mgt., DipM ACIM yang telah meluangkan waktunya dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan kepada kami.
3. Bp. Antonius Ketut, SH. MH, selaku perwakilan dari Instansi tempat kami melakukan penelitian untuk tesis ini yang telah memberikan dukungan dan meluangkan waktunya sehingga terselesaikannya tesis ini.
4. Seluruh staf pengajar program Magister Manajemen Universitas Bina Nusantara, atas semua ilmu yang telah diberikan selama ini.

5. Semua pihak yang telah membantu kami dalam penyebaran kuisisioner penelitian tesis ini, Nanang dan rekan-rekan kami khususnya karyawan PaninBank.
6. Ade, Uni Linda, Mas Aldi, terimakasih untuk semua doa dan bantuannya.
7. Teman-teman seperjuangan kami di Magister Manajemen Universitas Bina Nusantara khususnya kelas MBO angkatan 2007, tiada kesan tanpa kehadiran kalian semua.
8. Staf administrasi Pasca Sarjana Universitas Bina Nusantara

Semoga Allah S.W.T akan membalas semua budi baik yang telah kalian berikan kepada kami. Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 03 July 2008

Penulis:

Elke Rosvani Yosol

Putra Perdana

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Segmenting, Targeting and Positioning* produk KSP Panin saat ini telah tepat pada sasaran atau tidak. Serta untuk mengidentifikasi, menganalisis dan menguji pengaruh tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan nasabah KSP Panin terhadap keputusan nasabah saat akan melakukan kesepakatan penggunaan KSP Panin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian *literature*, pengolahan data sekunder dan pengolahan data primer menggunakan metode *survey* dengan teknik penyebaran kuisioner. Responden yang diteliti sejumlah 200 responden yang terbagi atas 100 responden Nasabah PaninBank dan 100 responden Non-nasabah PaninBank. Studi ini menghasilkan tiga hal penting. Pertama, pada analisis STP berdasarkan *gender* khususnya untuk membidik segmen wanita, sebaiknya manajemen memperbaiki teknik pemasaran produk KSP Panin, dimana kriteria ini merupakan ujung tombak bagi laju perkembangan produk ini. Kedua, pada atribut tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan, untuk atribut “kejelasan AO dalam menyampaikan *term & condition*” terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah saat akan melakukan kesepakatan penggunaan KSP Panin. Dan yang ketiga pada atribut tingkat kepentingan nasabah secara keseluruhan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah saat akan melakukan kesepakatan penggunaan KSP Panin.

***Kata-kata Kunci : Segmenting, Targeting and Positioning, tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan***

# DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Permasalahan .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	5
1.4 Ruang Lingkup .....	6
BAB 2 LANDASAN TEORI .....	8
BAB 3 METODOLOGI PERANCANGAN .....	32
3.1 Kerangka Pikir .....	32
3.2 Model dan Metode Analisis .....	35
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.2.2 Identifikasi Sampel Penelitian .....	35
3.2.3 Identifikasi Atribut .....	36
3.2.4 Penyebaran Kuisisioner Pengujian .....	36
3.3 Variabel .....	37
3.4 Populasi dan Sampel .....	39
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.6 Validitas dan Reabilitas .....	41

3.7 Metode Analisis .....	42
3.7.1 Analisis Persentase .....	43
3.7.2 Analisis ANOVA.....	43
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Karakteristik dan Perkembangan KSP Panin .....	44
4.1.1 Posisi KSP Panin terhadap Para Kompetitor .....	44
4.1.2 Jumlah Nasabah KSP Panin .....	46
4.1.3 Pencapaian Target KSP Panin per Cabang .....	48
4.1.4 Jumlah Nasabah KSP Panin .....	49
4.1.5 Besarnya <i>plafond</i> Dari Penggunaan Fasilitas Produk KSP Panin ....	52
4.1.6 Jangka Waktu Pengembalian Fasilitas Produk KSP Panin .....	53
4.1.7 Tujuan Penggunaan Fasilitas Produk KSP Panin .....	53
4.1.8 Teknik Pemasaran Fasilitas Produk KSP Panin .....	55
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Responden .....	56
4.3 <i>Screening</i> Responden, Data Diri dan Karakteristik Status Sosial .....	62
4.3.1 <i>Screening</i> Responden .....	63
4.3.2 Pengolahan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.3.3 Pengolahan Responden Berdasarkan Usia .....	66
4.3.4 Pengolahan Responden Berdasarkan Pendidikan .....	69
4.3.5 Pengolahan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72
4.3.6 Pengolahan Responden Berdasarkan Status .....	75
4.3.7 Pengolahan Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan .....	78
4.3.8 Pengolahan Responden Berdasarkan Pendapatan Individu .....	82
4.3.9 Pengolahan Responden Berdasarkan Pengeluaran Individu .....	86
4.3.10 Pengolahan Responden Berdasarkan Domisili .....	91
4.4 Analisis STP .....	95
4.4.1 Analisis <i>Segmenting</i> .....	96
4.4.2 Analisis <i>Targeting</i> .....	104

4.4.3 Analisis <i>Positioning</i> .....	113
4.5 Analisis Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan .....	125
4.6 <i>One Way Analysis of Variance</i> .....	133
4.6.1 Analisis Bagian Pertama ( <i>Group Statistic</i> ) .....	133
4.6.2 <i>Test of Homogeneity of Variances</i> .....	144
4.6.3 <i>One way ANOVA</i> untuk Tingkat Kepuasan .....	148
4.6.4 <i>One way ANOVA</i> untuk Tingkat Kepentingan .....	153
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	156
5.1 Kesimpulan .....	156
5.2 Saran .....	162
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>Product Line Segmentation</i> .....	21
Tabel 4.1.1	Tabel <i>competitor</i> untuk produk KTA.....	44
Tabel 4.1.2	Jumlah <i>account</i> KSP Panin per Desember 2007.....	46
Tabel 4.1.3	Pencapaian target cabang untuk KSP Panin per Desember 2007 ...	48
Tabel 4.1.4	Jumlah nasabah PaninBank untuk fasilitas KSP Panin berdasarkan <i>gender</i> per Desember 2007 .....	51
Tabel 4.1.5	Jumlah pinjaman fasilitas KSP Panin per Desember 2007 .....	52
Tabel 4.1.6	Jangka waktu pengembalian fasilitas KSP Panin per Desember 2007.....	53
Tabel 4.1.7	Tujuan penggunaan fasilitas KSP Panin per Desember 2007 .....	54
Tabel 4.1.8	Teknik pemasaran fasilitas KSP Panin per Desember 2007 .....	55
Tabel 4.2.1	Hasil uji validitas instrument kategori Non-nasabah .....	57
Tabel 4.2.2	Hasil uji validitas instrument kategori Nasabah .....	58
Tabel 4.2.3	Hasil uji reliabilitas instrument kategori Non-nasabah.....	60
Tabel 4.2.4	Hasil uji reliabilitas instrument kategori Nasabah .....	61
Tabel 4.3.1	<i>Screening Respondent</i> .....	63
Tabel 4.3.2a	Jenis kelamin responden Non-nasabah KSP .....	64
Tabel 4.3.2b	Jenis kelamin responden Nasabah KSP .....	65
Tabel 4.3.3a	Usia responden Non-nasabah KSP .....	66
Tabel 4.3.3b	Usia responden Nasabah KSP .....	67
Tabel 4.3.4a	Pendidikan responden Non-nasabah KSP .....	69
Tabel 4.3.4b	Pendidikan responden Nasabah KSP .....	71
Tabel 4.3.5a	Pekerjaan responden Non-nasabah KSP .....	72
Tabel 4.3.5b	Pekerjaan responden Nasabah KSP .....	74

Tabel 4.3.6a	Status responden Non-nasabah KSP .....	75
Tabel 4.3.6b	Status responden Nasabah KSP .....	76
Tabel 4.3.7a	Jumlah tanggungan responden Non-nasabah KSP.....	78
Tabel 4.3.7b	Jumlah tanggungan responden Nasabah KSP .....	80
Tabel 4.3.8a	Pendapatan individu responden Non-nasabah KSP .....	82
Tabel 4.3.8b	Pendapatan individu responden Nasabah KSP .....	84
Tabel 4.3.9a	Pengeluaran individu responden Non-nasabah KSP.....	86
Tabel 4.3.9b	Pengeluaran individu responden Nasabah KSP .....	88
Tabel 4.3.10a	Domisili responden Non-nasabah KSP .....	91
Tabel 4.3.10b	Domisili responden Nasabah KSP.....	93
Tabel 4.4.1a	Analisis <i>segmenting</i> Non-nasabah .....	96
Tabel 4.4.1b	Analisis <i>segmenting</i> Nasabah.....	100
Tabel 4.4.2a	Analisis <i>targeting</i> Non-nasabah.....	104
Tabel 4.4.2b	Analisis <i>targeting</i> Nasabah .....	109
Tabel 4.4.3a	Analisis <i>positioning</i> Non-nasabah .....	113
Tabel 4.4.3b	Analisis <i>positioning</i> Nasabah.....	119
Tabel 4.5.1	Tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan nasabah pria.....	125
Tabel 4.5.2	Tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan nasabah wanita .....	130
Tabel 4.6.1	Descriptive tingkat kepuasan .....	134
	Descriptive tingkat kepentingan.....	139
Tabel 4.6.2	<i>Test of homogeneity of variances</i> .....	144
Tabel 4.6.3	ANOVA (Tingkat Kepuasan) .....	149
Tabel 4.6.4	ANOVA (Tingkat Kepentingan).....	153



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Marketing Concept</i> .....	19
Gambar 2.2	Kerangka kesatuan segmentasi dalam sebuah bisnis.....	21
Gambar 2.3	STP .....	30
Gambar 2.4	Pembauran masing-masing segmen produk KSP Panin.....	30
Gambar 2.5	Segmen prioritas produk KSP Panin .....	31
Gambar 2.6	Segmen yang dituju untuk pemasaran produk KSP Panin .....	31
Gambar 3.1	<i>Flow chart</i> metodologi perancangan .....	33
Gambar 4.3.1	Persentase penghasilan tetap .....	63
Gambar 4.3.2a	Persentase jenis kelamin Non-nasabah.....	64
Gambar 4.3.2b	Persentase jenis kelamin Nasabah .....	65
Gambar 4.3.3a	Persentase usia Non-nasabah.....	66
Gambar 4.3.3b	Persentase usia Nasabah .....	68
Gambar 4.3.4a	Persentase jenjang pendidikan Non-nasabah.....	69
Gambar 4.3.4b	Persentase jenjang pendidikan Nasabah .....	71
Gambar 4.3.5a	Persentase Pekerjaan Non-nasabah .....	73
Gambar 4.3.5b	Persentase Pekerjaan Nasabah.....	74
Gambar 4.3.6a	Persentase status Non-nasabah .....	76
Gambar 4.3.6b	Persentase status Nasabah .....	77
Gambar 4.3.7a	Persentase jumlah tanggungan Non-nasabah .....	78
Gambar 4.3.7b	Persentase jumlah tanggungan Nasabah.....	80
Gambar 4.3.8a	Persentase pendapatan individu responden Non-nasabah .....	82
Gambar 4.3.8b	Persentase pendapatan individu responden Nasabah.....	84
Gambar 4.3.9a	Persentase pengeluaran individu responden Non-nasabah.....	86
Gambar 4.3.9b	Persentase pengeluaran individu responden Nasabah .....	89
Gambar 4.3.10a	Persentase domisili responden Non-nasabah.....	91
Gambar 4.3.10b	Persentase domisili responden Nasabah .....	93

Gambar 4.4.1a	Persentase <i>segmenting</i> 1 Non-nasabah .....	97
	Persentase <i>segmenting</i> 2 Non-nasabah .....	97
	Persentase <i>segmenting</i> 3 Non-nasabah .....	97
Gambar 4.4.1b	Persentase <i>segmenting</i> 1 Nasabah .....	101
	Persentase <i>segmenting</i> 2 Nasabah .....	101
	Persentase <i>segmenting</i> 3 Nasabah .....	101
Gambar 4.4.2a	Persentase <i>targeting</i> 1 Non-nasabah.....	105
	Persentase <i>targeting</i> 2 Non-nasabah.....	105
	Persentase <i>targeting</i> 3 Non-nasabah.....	106
	Persentase <i>targeting</i> 4 Non-nasabah.....	106
Gambar 4.4.2b	Persentase <i>targeting</i> 1 Nasabah.....	110
	Persentase <i>targeting</i> 2 Nasabah.....	110
	Persentase <i>targeting</i> 3 Nasabah.....	110
	Persentase <i>targeting</i> 4 Nasabah.....	111
Gambar 4.4.3a	Persentase <i>positioning</i> 1 Non-nasabah .....	114
	Persentase <i>positioning</i> 2 Non-nasabah .....	114
	Persentase <i>positioning</i> 3 Non-nasabah .....	115
	Persentase <i>positioning</i> 4 Non-nasabah .....	115
	Persentase <i>positioning</i> 5 Non-nasabah .....	116
Gambar 4.4.3b	Persentase <i>positioning</i> 1 Nasabah.....	120
	Persentase <i>positioning</i> 2 Nasabah.....	121
	Persentase <i>positioning</i> 3 Nasabah.....	121
	Persentase <i>positioning</i> 4 Nasabah.....	121
	Persentase <i>positioning</i> 5 Nasabah.....	122

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisioner
- Lampiran 2 Data *account* Kredit KSP Panin per Desember 2007
- Lampiran 3 Surat Permohonan kepada Nasabah *Existing*
- Lampiran 4 Alat Pemasaran yang digunakan oleh PaninBank
- Lampiran 5 Tampilan Depan dan Belakang Form. aplikasi
- Lampiran 6 Tabel R
- Lampiran 7 Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 8 Analisis Persentase
- Lampiran 9 Tabel Distribusi F
- Lampiran 10 *One Way ANOVA* (Tingkat Kepuasan)
- Lampiran 11 *One Way ANOVA* (Tingkat Kepentingan)