

# DAFTAR ISI

## STUDI PERILAKU BELANJA NASABAH BANK 2010

<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Pendahuluan.....	3
1.2 Metodologi.....	4
1.2.1 Sample Size.....	4
1.2.2 Sampling Technique .....	5
1.2.3 Analisa.....	5
<b>BAB 2. PROFIL KONSUMEN INDONESIA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Populasi Konsumen Indonesia .....	8
2.1.1 Populasi Konsumen Indonesia tahun 2005-2010.....	8
2.1.2 Distribusi Konsumen Indonesia Menurut Usia dan Jenis Kelamin .....	9
2.1.3 Distribusi Konsumen Indonesia Menurut Kelas Sosial Ekonomi .....	10
2.1.4 Distribusi Konsumen Indonesia Menurut Tingkat Pendidikan.....	10
2.2 Populasi Konsumen Indonesia Menurut Propinsi.....	11
2.2.1 Populasi Konsumen Indonesia Menurut Propinsi.....	11
2.2.2 Populasi Konsumen Indonesia Menurut Propinsi dan Jenis Kelamin.....	12
2.3 Populasi Konsumen di Kota Utama Indonesia.....	13
2.3.1 Populasi Konsumen di Kota Utama Indonesia.....	13
2.3.2 Populasi Konsumen di Kota Utama Indonesia Menurut Jenis Kelamin .....	14
2.4 Populasi Rumahtangga di Kota Utama Indonesia.....	15
<b>BAB 3. PENDAPATAN DAN PENGELUARAN.....</b>	<b>16</b>
3.1 Pendapatan.....	18
3.1.1 Sumber Pendapatan Utama Nasabah Bank di Indonesia .....	18
3.1.2 Populasi Keluarga dengan Suami dan Istri Bekerja .....	19
3.1.3 Kepemilikan Sumber Pendapatan Tambahan.....	21
3.1.4 Sumber Pendapatan Tambahan Nasabah Bank.....	22
3.1.5 Distribusi Nasabah Bank Berdasarkan Sumber Pendapatan .....	23
3.2 Pengeluaran.....	25
3.2.1 Proporsi Nasabah Bank Menurut Jenis Pengeluaran Rutin.....	25
3.2.2 Struktur Pengeluaran Rutin Per Bulan Nasabah Bank.....	27
3.2.3 Rata-rata Pengeluaran Rutin Nasabah Per Bulan .....	28
3.2.4 Jenis Kredit yang Dimiliki oleh Nasabah Bank .....	30
3.3 Disposable Income .....	32
3.3.1 Distribusi Nasabah Menurut Kepemilikan Disposable Income.....	32
3.3.2 Porsi Disposable Income .....	33
3.3.3 Pemanfaatan Disposable income .....	35

<b>BAB 4. POLA KUNJUNGAN KE PASAR TRADISIONAL DAN MODERN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Pasar Tradisional .....	39
4.1.1 Terakhir Kali Berkunjung ke Pasar Tradisional .....	39
4.1.2 Orang yang Paling Sering Berkunjung ke Pasar Tradisional .....	40
4.1.3 Tujuan Kunjungan ke Pasar Tradisional .....	41
4.1.4 Frekuensi Kunjungan ke Pasar Tradisional .....	43
4.1.5 Waktu Tempuh ke Pasar Tradisional .....	44
4.2 Minimarket .....	45
4.2.1 Orang yang Paling Sering Berkunjung ke Minimarket .....	45
4.2.2 Tujuan Kunjungan ke Minimarket .....	46
4.2.3 Frekuensi Kunjungan ke Minimarket .....	48
4.2.4 Waktu Tempuh ke Minimarket .....	49
4.3 Supermarket .....	50
4.3.1 Orang yang Paling Sering Berkunjung ke Supermarket .....	50
4.3.2 Tujuan Kunjungan ke Supermarket .....	51
4.3.3 Frekuensi Kunjungan ke Supermarket .....	53
4.3.4 Waktu Tempuh ke Supermarket .....	55
4.4 Hypermarket .....	56
4.4.1 Orang yang Paling Sering Berkunjung ke Hypermarket .....	56
4.4.2 Tujuan Kunjungan ke Hypermarket .....	57
4.4.3 Frekuensi Kunjungan ke Hypermarket .....	59
4.4.4 Waktu Tempuh ke Hypermarket .....	61
4.4.5 Alat Transportasi yang Digunakan ke Super/Hypermarket .....	62
 <b>BAB 5. PSIKOGRAFI BELANJA NASABAH BANK .....</b>	 <b>64</b>
Psikografi Belanja Nasabah Bank .....	66
 <b>BAB 6. PERILAKU KUNJUNGAN MALL / PUSAT BELANJA.....</b>	 <b>68</b>
6.1 Kunjungan ke Pusat Belanja dalam Sebulan Terakhir.....	70
6.2 Frekuensi Kunjungan ke Pusat Belanja.....	71
6.3 Pola Kunjungan ke Pusat Belanja .....	73
6.3.1 Perbandingan Frekuensi Kunjungan ke Pusat Belanja di Hari Kerja dan Hari Libur.....	73
6.3.2 Waktu (jam) Kunjungan ke Pusat Belanja.....	74
6.3.3 Kunjungan ke Pusat Belanja Menurut Awal – Tengah – Akhir Bulan .....	76
6.4 Alat Transportasi yang Digunakan ke Pusat Belanja .....	78
6.5 Alasan Berkunjung ke Pusat Belanja.....	79
6.6 Kegiatan yang Dilakukan di Pusat Belanja.....	81
6.7 Pengaruh Diskon dan Promosi dalam Proses Pembelian di Pusat Belanja .....	82

<b>BAB 7. MEREK DAN PENGARUH MEREK DALAM PEMBELIAN .....</b>	<b>84</b>
7.1 Kepercayaan Nasabah Bank terhadap Merek .....	86
7.2 Perilaku Pembelian Barang-barang 'Bermerek' .....	87
7.3 Kepercayaan Terhadap Merek dan Pembelian Barang "Bermerek" .....	88
7.4 Loyalitas Nasabah Bank terhadap Merek yang Dipakainya Saat Ini .....	88
7.4.1 Toiletries.....	88
7.4.2 Makanan/Minuman .....	89
7.4.3 Kosmetika .....	90
7.4.4 Barang Rumah Tangga.....	91
7.5 Perilaku Pembelian Barang "Bermerek" Menurut Psikografis Belanja Nasabah Bank .....	92
 <b>BAB 8. PERAN IKLAN BAGI NASABAH BANK.....</b>	 <b>93</b>
8.1 Peran Iklan Menurut Psikografis Belanja Nasabah Bank .....	95
8.2 Peran Iklan Bagi Nasabah Bank .....	95
8.3 Tingkat Kepercayaan Terhadap Iklan .....	97
8.4 Kriteria Iklan Menarik Bagi Nasabah Bank .....	98
8.5 Perasaan Terganggu oleh Iklan .....	99
8.6 Respon Nasabah Bank Ketika Penayangan Iklan .....	100
 <b>BAB 9. KEPEMILIKAN DAN PERAN NASABAH DALAM PEMBELIAN PRODUK OTOMOTIF .....</b>	 <b>102</b>
9.1 Kepemilikan Produk Otomotif .....	104
9.1.1 Sepeda Motor .....	104
9.1.2 Mobil Non Sedan .....	105
9.1.3 Mobil Sedan.....	106
9.2 Merek Produk Otomotif yang Dimiliki .....	107
9.2.1 Sepeda Motor .....	107
9.2.2 Mobil Non Sedan .....	108
9.2.3 Mobil Sedan.....	109
9.3 Peran Nasabah dalam Pembelian Produk Otomotif .....	111
9.3.1 Inisiator .....	111
9.3.2 Influencer.....	112
9.3.3 Decision Maker .....	113
9.3.4 Buyer .....	115
9.3.5 User.....	116
 <b>BAB 10. POLA BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI .....</b>	 <b>118</b>
10.1 Mie Instant.....	120
10.1.1 Proporsi Nasabah Pembelanja Mie Instant .....	120
10.1.2 Pola Belanja Mie Instant .....	121
10.1.3 Cara Beli Mie Instant (dalam Sekali Beli) .....	122

10.1.4	Tempat Pembelian Mie Instant (Paling Sering) .....	123
10.2	Kopi .....	125
10.2.1	Proporsi Nasabah Pembelanja Kopi .....	125
10.2.2	Pola Belanja Kopi .....	126
10.2.3	Cara Beli Kopi (dalam Sekali Beli) .....	127
10.2.4	Tempat Pembelian Kopi (Paling Sering) .....	128
10.3	Toiletries (Sabun/Sampo/Pasta Gigi) .....	130
10.3.1	Proporsi Nasabah Pembelanja Toiletries .....	130
10.3.2	Pola Belanja Toiletries .....	131
10.3.3	Cara Beli Toiletris (dalam Sekali Beli) .....	132
10.3.4	Tempat Pembelian Toiletries (Paling Sering) .....	133

## **BAB 11. POLA BELANJA PRODUK KOSMETIKA..... 135**

11.1	Merek Kosmetika yang Terakhir Dibeli oleh Nasabah Bank .....	137
11.1.1	Bedak Wajah .....	137
11.1.2	Lipstik .....	138
11.1.3	Hand & Body Lotion .....	139
11.2	Pola Belanja Produk Kosmetika .....	141
11.3	Cara Beli Produk Kosmetika (dalam Sekali Beli) .....	142
11.4	Tempat Pembelian Produk Kosmetika (Paling Sering) .....	143
11.5	Loyalitas Nasabah Bank pada Produk Kosmetika .....	145
11.5.1	Bedak Wajah .....	145
11.5.2	Lipstik .....	146
11.5.3	Hand & Body Lotion .....	146

## **BAB 12. POLA BELANJA PRODUK FARMASI OTC..... 150**

12.1	Respon Pertama Nasabah Ketika ada Keluarga yang Sakit .....	152
12.2	Persediaan Obat-obatan OTC di Rumah .....	153
12.2.1	Obat Batuk .....	153
12.2.2	Obat Panas Badan .....	154
12.2.3	Obat Luka .....	155
12.2.4	Obat Flu .....	156
12.2.5	Obat Sakit Kepala .....	157
12.2.6	Obat Maag .....	158
12.2.7	Obat Diare .....	159
12.3	Pola Pembelian Obat-obatan OTC .....	160
12.4	Merek Obat OTC yang Terakhir Dibeli Nasabah .....	161
12.4.1	Obat Batuk .....	161
12.4.2	Obat Panas Badan .....	162
12.4.3	Obat Luka .....	164
12.4.4	Obat Flu .....	165
12.4.5	Obat Sakit Kepala .....	166

12.4.6	Obat Maag .....	168
12.4.7	Obat Diare.....	169
12.5	Lokasi Pembelian Obat-obatan OTC .....	171
12.5.1	Obat Batuk .....	171
12.5.2	Obat Panas Badan.....	172
12.5.3	Obat Luka.....	173
12.5.4	Obat Flu.....	174
12.5.5	Obat Sakit Kepala.....	176
12.5.6	Obat Maag .....	177
12.5.7	Obat Diare.....	178
12.6	Peran Nasabah dalam Pembelian Obat-obatan OTC .....	180
12.6.1	Inisiator .....	180
12.6.2	Influencer.....	181
12.6.3	Decision Maker .....	182
12.6.4	Buyer .....	183
12.6.5	User.....	184
<b>BAB 13. POLA BELANJA ALAT ELEKTRONIK.....</b>		<b>186</b>
13.1	Kepemilikan Alat Elektronik Nasabah Bank .....	188
13.1.1	LCD-TV .....	188
13.1.2	TV Tabung .....	189
13.1.3	AC.....	190
13.1.4	Komputer .....	191
13.2	Merek Alat Elektronik yang Dimiliki Nasabah Bank .....	192
13.2.1	LCD-TV .....	192
13.2.2	TV Tabung .....	193
13.2.3	AC.....	194
13.2.4	Komputer .....	196
13.3	Peran Nasabah Bank dalam Pembelian Alat Elektronik.....	197
13.3.1	Inisiator .....	197
13.3.2	Influencer.....	199
13.3.3	Decision Maker .....	200
13.3.4	Buyer .....	201
13.3.5	User.....	202
13.4	Pengaruh Merek dalam Pembelian Alat Elektronik.....	203
<b>BAB 14. POLA BELANJA FURNITURE.....</b>		<b>205</b>
14.1	Pembelian Furniture Setahun Terakhir .....	207
14.1.1	Lemari Pakaian.....	207
14.1.2	Rak Buku .....	208
14.1.3	Ranjang.....	209
14.1.4	Kursi/Sofa.....	210
14.1.5	Rak Sepatu .....	211

14.2	Pengaruh Merek dalam Pembelian Furniture .....	212
<b>BAB 15. PERILAKU BELANJA PRODUK TELEKOMUNIKASI .....</b>		<b>214</b>
15.1	Kepemilikan dan Pembelian Handphone (HP) .....	216
15.1.1	Kepemilikan Handphone .....	216
15.1.2	Merek dan Tipe HP .....	221
15.1.3	Pembelian Handphone .....	222
15.1.4	Rencana Mengganti HP .....	225
15.2	Penggunaan Sim-Card .....	230
15.2.1	Jenis Sim-Card yang Digunakan .....	230
15.2.2	Provider dan Merek yang Digunakan .....	231
15.3	Perilaku Belanja Pulsa .....	232
15.3.1	Anggaran dan Realisasi Belanja Pulsa .....	232
15.3.2	Lokasi Pembelian Pulsa .....	233
15.3.3	Jenis Pulsa yang Dibeli .....	234
<b>BAB 16. PERILAKU BELANJA PAKAIAN.....</b>		<b>236</b>
16.1	Pola Pembelian Pakaian.....	238
16.1.1	Pakaian Sehari-hari.....	238
16.1.2	Pakaian Kerja/kantor .....	239
16.1.3	Pakaian Casual .....	241
16.1.4	Pakaian Olah Raga .....	242
16.1.5	Pakaian Pesta .....	243
16.2	Frekuensi Membeli Pakaian.....	245
16.2.1	Pakaian Sehari-hari.....	245
16.2.2	Pakaian Kerja/kantor .....	246
16.2.3	Pakaian Casual .....	247
16.2.4	Pakaian Olah Raga .....	249
16.2.5	Pakaian Pesta .....	250
16.3	Lokasi Pembelian Pakaian.....	251
16.3.1	Pakaian Sehari-hari.....	251
16.3.2	Pakaian Kerja/kantor .....	252
16.3.3	Pakaian Casual .....	253
16.3.4	Pakaian Olah Raga .....	255
16.3.5	Pakaian Pesta .....	256
16.4	Department Store yang Paling Sering Dikunjungi Untuk Belanja Pakaian .....	257
16.5	Pengaruh Merek dalam Pembelian Pakaian.....	258
<b>BAB 17. PERILAKU MAKAN BERSAMA DI LUAR RUMAH.....</b>		<b>260</b>
17.1	Pernah Makan Bersama Keluarga di Luar Rumah dalam Sebulan Terakhir .....	262
17.2	Alasan Makan Bersama Keluarga di Luar Rumah dalam Sebulan Terakhir .....	263
17.3	Frekuensi Makan Bersama Keluarga di Luar Rumah Secara Rutin.....	264

17.4	Hari yang Paling Sering Digunakan untuk Makan Bersama Keluarga di Luar Rumah.....	266
17.5	Jenis Restoran yang Terakhir Dikunjungi.....	267
17.6	Restoran Fast Food yang Paling Sering Dikunjungi .....	268
<b>BAB 18. PERILAKU BELANJA DAN KONSUMSI MEDIA .....</b>		<b>270</b>
18.1	Koran.....	272
18.1.1	Jumlah Konsumen Indonesia Pembaca Koran (Seminggu Terakhir) .....	272
18.1.2	Koran yang Dibaca Seminggu Terakhir.....	273
18.1.3	Frekuensi Membaca Koran Seminggu Terakhir .....	275
18.1.4	Cara Mendapatkan Koran yang Dibaca.....	276
18.1.5	Tempat Membaca Koran.....	277
18.1.6	Waktu Paling Sering Digunakan Untuk Membaca Koran.....	278
18.1.7	Perlakuan Pembaca Terhadap Iklan di Koran .....	279
18.2	Majalah .....	281
18.2.1	Jumlah Pembaca Majalah Sebulan Terakhir.....	281
18.2.2	Majalah yang Dibaca Sebulan Terakhir.....	282
18.2.3	Frekuensi Membaca Majalah Sebulan Terakhir .....	284
18.2.4	Cara Mendapatkan Majalah yang Dibaca .....	285
18.2.5	Tempat Membaca Majalah.....	286
18.2.6	Waktu Paling Sering Digunakan Untuk Membaca Majalah .....	287
18.3	Tabloid .....	289
18.3.1	Jumlah Pembaca Tabloid Sebulan Terakhir.....	289
18.3.2	Tabloid yang Dibaca Sebulan Terakhir .....	290
18.3.3	Frekuensi Membaca Tabloid Sebulan Terakhir .....	291
18.3.4	Cara Mendapatkan Tabloid yang Dibaca .....	292
18.3.5	Tempat Membaca Tabloid.....	294
18.3.6	Waktu Paling Sering Digunakan Untuk Membaca Tabloid .....	295
18.4	Radio.....	296
18.4.1	Jumlah Pendengar Radio dalam Seminggu Terakhir .....	296
18.4.2	Stasiun Radio yang Didengarkan Seminggu Terakhir .....	297
18.4.3	Frekuensi Mendengarkan Radio .....	298
18.4.4	Jenis Acara Radio yang Paling Sering Didengarkan .....	299
18.4.5	Tempat Paling Sering Mendengarkan Radio.....	301
18.4.6	Waktu Paling Sering Digunakan Untuk Mendengarkan Radio .....	302
18.5	Televisi .....	303
18.5.1	Jumlah Penonton Televisi Setiap Hari .....	303
18.5.2	Waktu yang Biasanya Digunakan Untuk Menonton TV.....	304
18.5.3	Perbandingan Antara Acara TV yang Ditonton Seminggu Terakhir, Acara yang Disukai, dan Acara Favorit .....	305
<b>BAB 19. CARA PEMBAYARAN NASABAH BANK .....</b>		<b>311</b>
19.1	Kepemilikan Alat Pembayaran Elektronik .....	313
19.1.1	Kartu Kredit .....	313

19.1.2	E-Purse.....	314
19.2	Faktor yang Menentukan Nasabah Bank Memilih Alat Pembayaran .....	315
19.3	Alat Pembayaran yang Digunakan Menurut Tempat Belanja .....	316
19.3.1	Supermarket.....	316
19.3.2	Department Store.....	317
19.3.3	Restoran .....	319
19.3.4	Toko Eletronik .....	320
19.3.5	Toko Buku .....	321
19.3.6	Butik .....	322
<b>BAB 20. KESIMPULAN .....</b>		<b>323</b>