

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.2.1. Identifikasi Masalah	9
1.2.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan penggunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	12
2.1.1. Promosi Penjualan	12
2.1.2. Keputusan Pembelian	16
2.2. Kerangka Pemikiran	26
2.3. Hipotesis	32
BAB III : OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	33
3.2. Metode Penelitian	33
3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	33
3.2.2. Operasionalisasi Variabel	35
3.2.3. Jenis dan Sumber Data	38
3.2.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	38
3.2.4.1. Populasi	38
3.2.4.2. Sampel	39
3.2.4.3. Teknik Sampling	42
3.2.5. Teknik Pengumpulan Data	43
3.2.6. Pengujian validitas dan reliabilitas	44
3.2.6.1 Pengujian Validitas	48
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	71
3.2.7. Teknik Analisa Data	50
3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis	57
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan Penerbit Kartu Kredit	59
4.2. Gambaran Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi dan Pengalaman	60
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi	61
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	

Kelamin dan Usia	61
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status.....	62
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Status	63
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Tingkat Pendidikan	64
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendidikan.....	65
4.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendapatan	66
4.2.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan	67
4.2.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin	68
4.2.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Jenis Kelamin.....	69
4.2.1.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Usia	70
4.2.2 Pengalaman Responden Menggunakan Kartu Kredit.....	71
4.2.2.1 Pengalaman Responden Menjadi Nasabah Kartu Kredit	72
4.2.2.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Kartu Kredit yang Sering Digunakan.....	73
4.2.2.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Kartu Kredit.....	74
4.2.2.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Kartu Kredit.....	75
4.2.2.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Kartu Kredit yang Digunakan.....	76
4.2.2.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi Menggunakan Kartu Kredit.....	77
4.3. Gambaran Variabel.....	77
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan Dimensi Diskon	77
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Diskon yang Diberikan	78
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Pemberian Diskon yang Diberikan.....	78
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Besarnya Diskon yang Diberikan.....	79
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan Dimensi Hadiah.....	80
4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Hadiah yang Diberikan.....	80
4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Hadiah yang Diberikan.....	81
4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Banyakny Hadiah yang Diberikan.....	82

4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan	
	Dimensi Kerjasama	83
4.3.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Kerjasama	83
4.3.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Kredibilitas Perusahaan	84
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan	
	Dimensi Cicilan 0%	85
4.3.4.1	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Cicilan 0% yang Diberikan	85
4.3.4.2	Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Cicilan 0% yang Diberikan	86
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan	
	Dimensi <i>Cash Back</i>	86
4.3.5.1	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan <i>Cash back</i> yang Diberikan	87
4.3.5.2	Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi <i>Cash back</i> yang Diberikan	87
4.3.5.3	Tanggapan Responden Terhadap Besarnya <i>Cash back</i> yang Diberikan	88
4.3.6	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit	89
4.3.6.1	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Desain Kartu Kredit.....	89
4.3.6.2	Tanggapan Responden Terhadap Merek Kartu Kredit.....	90
4.3.6.3	Tanggapan Responden Terhadap Banyaknya <i>Merchant</i> Penerbit Kartu Kredit.....	91
4.3.6.1	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Penggunaan Kartu Kredit.....	92
4.3.6.2	Tanggapan Responden Terhadap Intensitas Penggunaan Kartu Kredit.....	93
4.4.	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	93
4.4.1	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit	94

BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1.	Kesimpulan	100
5.2.	Rekomendasi	100

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penerbit Kartu kredit Indonesia	2
Tabel 1.2	Data Program Promosi Penjualan Kartu Kredit.....	5
Tabel 2.1	Dimensi Bauran Promosi	13
Tabel 2.2	Sumber Informasi Konsumen	23
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	38
Tabel 3.3	Populasi Kartu Kredit	39
Tabel 3.4	Peyebaran Proporsi Sampel	42
Tabel 3.5	Teknik Pengumpulan Data dan Tujuan Penelitian	43
Tabel 3.6	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	45
Tabel 3.7	Hasil Pengujian Validitas Instrumen	47
Tabel 3.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	50
Tabel 3.9	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Status.....	63
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Tingkat Pendidikan	64
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendidikan	65
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendapatan.....	66
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan	67
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Usia	70
Tabel 4.11	Pengalaman Responden Menjadi Nasabah Kartu Kredit	71
Tabel 4.12	Pengalaman Responden Berdasarkan Kartu Kredit yang Sering Digunakan	72
Tabel 4.13	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Kartu Kredit.....	73
Tabel 4.14	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Kartu Kredit.....	74
Tabel 4.15	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Kartu Kredit yang Digunakan.....	75
Tabel 4.16	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi Menggunakan Kartu Kredit	76
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Diskon Yang Diberikan	78
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Pemberian Diskon yang Diberikan.....	79

Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Besarnya Diskon yang Diberikan.....	79
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Hadiah yang Diberikan.....	81
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Hadiah yang Diberikan.....	81
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Banyaknya Hadiah yang Diberikan.....	82
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Kerjasama.....	83
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Kredibilitas Perusahaan.....	84
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Cicilan 0% yang Diberikan.....	85
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Cicilan 0% yang Diberikan.....	86
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Cash back yang Diberikan.....	87
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Cash back yang Diberikan.....	88
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Terhadap Besarnya Cash back yang Diberikan.....	88
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Desain Kartu Kredit.....	90
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Terhadap Merek Kartu Kredit.....	90
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Terhadap Banyaknya Merchant Penerbit Kartu Kredit.....	91
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Penggunaan Kartu Kredit.....	92
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Terhadap Intensitas Penggunaan Kartu Kredit.....	93
Tabel 4.35	Matriks Korelasi Antara Dimensi Promosi Penjualan Dengan Keputusan Penggunaan.....	95
Tabel 4.36	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit.....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pangsa Pasar kartu Kredit	3
Gambar 1.2	Tingkat Pengguna Kartu Kredit	4
Gambar 2.1	Empat Tipe Perilaku Pembelian	19
Gambar 2.2	Model Perilaku Pembelian	21
Gambar 2.3	Tahap Proses Pembelian Konsumen	22
Gambar 2.4	Tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	24
Gambar 3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y	52
Gambar 3.2	Diagram jalur Hipotesis 1	53
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	62
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status	62
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Status	64
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Tingkat Pendidikan	65
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendidikan	66
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendapatan	66
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan	68
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin	69
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Jenis Kelamin	70
Gambar 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Usia	71
Gambar 4.11	Pengalaman Responden Menjadi Nasabah Kartu Kredit	72
Gambar 4.12	Pengalaman Responden Berdasarkan Kartu Kredit yang Sering Digunakan	73
Gambar 4.13	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Kartu Kredit	74
Gambar 4.14	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Kartu Kredit	75
Gambar 4.15	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Kartu Kredit yang Digunakan	76
Gambar 4.16	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi Menggunakan Kartu Kredit	77
Gambar 4.17	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 1	94

