

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Kegunaan Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran Jasa .....	15
2.1.1.1 <i>Marketing Mix</i> Pemasaran Jasa.....	15
2.1.1.2 <i>Sales Promotion</i> .....	22
2.1.1.3 Langkah-langkah dalam Promosi Penjualan .....	24
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	28
2.1.2.1 Keputusan Pembelian.....	28

2.1.2	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit.....	38
2.2	Kerangka Pemikiran .....	40
2.3	Hipotesis.....	47
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Objek Penelitian .....	48
3.2	Metode Penelitian .....	48
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode Penelitian .....	48
3.2.1.1	Jenis Penelitian .....	48
3.2.1.2	Metode Penelitian .....	49
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	50
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	53
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	55
3.2.4.1	Populasi .....	55
3.2.4.2	Sampel .....	55
3.2.4.3	Teknik Sampling .....	58
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.2.6	Validitas dan Realibilitas.....	59
3.2.6.1	Validitas.....	59
3.2.6.2	Reliabilitas.....	62
3.2.7	Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	64
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data.....	65
3.2.7.2	Rancangan Pengujian Hipotesis Menggunakan Path Analisis .....	67
3.2.7.3	Pengujian Hipotesis .....	72

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Perusahaan .....	74
4.1.1 Profil PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.....	74
4.1.2 Visi dan Misi PT Bank Negara Indonesia .....	77
4.1.3 Deskripsi usaha PT Bank Negara Indonesia.....	77
4.1.4 Kartu Kredit BNI .....	78
4.1.5 Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia.....	80
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi dan Pengalaman....	82
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi .....	82
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	82
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status .....	84
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Status .	85
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan tingkat Pendidikan.....	86
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendidikan .....	87
4.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat pendapatan.....	88
4.2.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan .....	89
4.2.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis kelamin.....	91
4.2.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat	

Pendapatan dan Jenis Kelamin.....	92
4.2.1.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat	
Pendapatan dan Usia .....	93
4.2.2 Pengalaman Responden Menggunakan Kartu Kredit.....	94
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber	
Informasi kartu Kredit.....	94
4.2.2.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama	
Menggunakan Kartu Kredit .....	95
4.2.2.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Kartu	
Kredit yang Digunakan .....	96
4.2.2.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi	
transaksi Menggunakan Kartu Kredit .....	96
4.3 Gambaran Variabel .....	97
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sales Promotion</i> Dimensi	
Diskon.....	98
1. Tanggapan responden terhadap kemenarikan diskon yang	
diberikan kartu kredit BNI'46.....	98
2. Tanggapan responden terhadap frekuensi pemberian	
diskon yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	99
3. Tanggapan responden terhadap besarnya diskon yang	
diberikan kartu kredit BNI'46.....	100
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sales Promotion</i> Dimensi	
Hadiah.....	102
1. Tanggapan responden terhadap kemenarikan hadiah yang	
dilakukan kartu kredit BNI'46.....	102

2. Tanggapan responden terhadap frekuensi pemberian hadiah yang dilakukan kartu kredit BNI'46.....	103
3. Tanggapan responden terhadap banyaknya hadiah yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	104
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sales Promotion</i> Dimensi Kerjasama.....	105
1. Tanggapan responden terhadap kemenarikan kerjasama yang dilakukan kartu kredit BNI'46.....	105
2. Tanggapan responden terhadap kredibilitas perusahaan ..	107
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sales Promotion</i> Dimensi Cicilan 0%.....	108
1. Tanggapan responden terhadap kemenarikan Cicilan 0% ( <i>Smart Spending</i> ) dilakukan kartu kredit BNI'46.....	108
2. Tanggapan responden terhadap frekuensi Cicilan 0% ( <i>Smart Spending</i> ) dilakukan kartu kredit BNI'46	109
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sales Promotion</i> Dimensi tarik Tunai.....	111
1. Tanggapan responden terhadap kemenarikan tarik tunai dilakukan kartu kredit BNI'46.....	111
2. Tanggapan responden terhadap frekuensi kesempatan tarik tunai dilakukan kartu kredit BNI'46.....	112
3. Tanggapan responden terhadap bunga tarik tunai yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	113
4.3.6 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit.....	115

1. Tanggapan responden terhadap kemenarikan produk yang ditawarkan.....	115
2. Tanggapan responden terhadap merek kartu kredit.....	116
3. Tanggapan responden terhadap banyaknya merchant/toko yang diajak kerjasama kartu kredit BNI'46	117
4. Tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan saat bertransaksi.....	118
5. Tanggapan responden terhadap intensitas penggunaan kartu kredit.....	120
4.4 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	122
4.4.1 Pengujian dan Pembahasan Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit BNI'46.....	122
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	127
4.6 Implikasi Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis.....	131
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan.....	134
5.2 Rekomendasi .....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan nilai transaksi kartu kredit visa & jumlah kartu yang beredar di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Bank penerbit kartu kredit di indonsia sampai tahun 2008	5
Tabel 1.3	Top brand index kartu kredit di Indonesia.....	7
Tabel 1.4	Program <i>sales promotion</i> kartu kredit tahun Mandiri 2008 .....	10
Tabel 2.1	Pengertian bauran pemasaran menurut para ahli.....	15
Tabel 2.2	Pengertian promosi menurut para ahli.....	17
Tabel 2.3	Bentuk-bentuk promosi yang tersedia.....	22
Tabel 2.4	Pengertian <i>sales promotion</i> menurut para ahli.....	23
Tabel 2.5	Jenis tingkah laku keputusan pembelian .....	31
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel.....	51
Tabel 3.2	Jenis dan sumber data .....	54
Tabel 3.3	Hasil uji validitas dan reliabilitas item pertanyaan.....	61
Tabel 3.4	Hasil pengujian reliabilitas.....	64
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	83
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status .....	84
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Status.....	85
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan tingkat Pendidikan .....	86
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendidikan.....	87
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat pendapatan. ....	88
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan .....	89
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis	



	kelamin .....	91
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Jenis Kelamin .....	92
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Usia.....	93
Tabel 4.11	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi kartu Kredit.....	94
Tabel 4.1 2	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kartu Kredit .....	95
Tabel 4.1 3	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Kartu Kredit yang Digunakan .	96
Tabel 4.1 4	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi transaksi Menggunakan Kartu Kredit.....	96
Tabel 4.1 5	Tanggapan responden terhadap kemenarikan diskon yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	96
Tabel 4.1 6	Tanggapan responden terhadap frekuensi pemberian diskon yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	99
Tabel 4.1 7	Tanggapan responden terhadap besarnya diskon yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	101
Tabel 4.1 8	Tanggapan responden terhadap kemenarikan hadiah yang dilakukan kartu kredit BNI'46.....	102
Tabel 4.1 9	Tanggapan responden terhadap frekuensi pemberian hadiah yang dilakukan kartu kredit BNI'46.....	103
Tabel 4.20	Tanggapan responden terhadap banyaknya hadiah yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	104
Tabel 4.21	Tanggapan responden terhadap kemenarikan kerjasama yang dilakukan kartu kredit BNI'46.....	106
Tabel 4.22	Tanggapan responden terhadap kredibilitas perusahaan .....	107
Tabel 4.23	Tanggapan responden terhadap kemenarikan Cicilan 0% ( <i>Smart Spending</i> )	



	dilakukan kartu kredit BNI'46.....	108
Tabel 4.24	Tanggapan responden terhadap frekuensi Cicilan 0% ( <i>Smart Spending</i> ) dilakukan kartu kredit BNI'46.....	110
Tabel 4.25	Tanggapan responden terhadap kemenarikan tarik tunai dilakukan kartu kredit BNI'46.....	113
Tabel 4.26	Tanggapan responden terhadap frekuensi kesempatan tarik tunai dilakukan kartu kredit BNI'46.....	111
Tabel 4.27	Tanggapan responden terhadap bunga tarik tunai yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	112
Tabel 4.28	Tanggapan responden terhadap kemenarikan produk yang ditawarkan...	113
Tabel 4.29	Tanggapan responden terhadap merek kartu kredit.....	114
Tabel 4.30	Tanggapan responden terhadap banyaknya merchant/toko yang diajak kerjasama kartu kredit BNI'46.....	115
Tabel 4.31	Tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan saat bertransaksi	119
Tabel 4.32	Tanggapan responden terhadap intensitas penggunaan kartu kredit.....	120
Tabel 4.33	Matriks korelasi dimensi <i>sales promotion</i> kartu kredit BNI'46.....	123
Tabel 4.34	Hasil pengujian pengaruh <i>sales promotion</i> dengan keputusan menggunakan kartu kredit BNI'46.....	124

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pangsa pasar industri pembiayaan 2006 (rp triliun).....	3
Gambar 1.2	Grafik perkembangan pembiayaan kartu kredit 1998-2005.....	3
Gambar 1.3	Market share kartu kredit di Indonesia dan nasabah kartu kredit BNI'46 tahun 2008.....	4
Gambar 1.4	Grafik top brand indeks kartu kredit periode 2004-200.....	6
Gambar 1.5	Jumlah nasabah kartu kredit BNI'46 tahun 2006-2008.....	8
Gambar 2.1	<i>Three types of marketing in service industries.....</i>	15
Gambar 2.2	Model komunikasi.....	19
Gambar 2.3	Bauran pemasaran jasa.....	19
Gambar 2.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	29
Gambar 2.5	Model keterlibatan konsumen.....	32
Gambar 2.6	Proses pengambilan keputusan konsumen.....	33
Gambar 2.7	Tahapan antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian.....	36
Gambar 2.8	Kerangka pemikiran Pengaruh <i>sales promotion</i> terhadap keputusan penggunaan kartu kredit.....	45
Gambar 2.9	Paradigma penelitian Pengaruh <i>sales promotion</i> terhadap keputusan penggunaan kartu kredit mandiri.....	46
Gambar 3.1	Struktur kausal antara $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , $X_4$ , $X_5$ dan $Y$ .....	66
Gambar 3.2	Struktur hubungan kausal hipotesis.....	67
Gambar 3.3	Diagram jalur substruktur hipotesis.....	68
Gambar 4.1	Logo Baru BNI'46.....	75
Gambar 4.2	Visi dan Misi PT BNI (Persero).....	77
Gambar 4.3	Struktur organisasi PT BNI'46.....	81

Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	83
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status.....	85
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Status .....	86
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan tingkat Pendidikan....	87
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat Pendidikan .....	88
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Status dan Tingkat pendapatan. ....	89
Gambar 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan .....	90
Gambar 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis kelamin.....	91
Gambar 4.1 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Jenis Kelamin.....	92
Gambar 4.1 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Usia ..	93
Gambar 4.1 4	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi kartu Kredit ..	94
Gambar 4.1 5	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kartu Kredit .....	95
Gambar 4.1 6	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Kartu Kredit yang Digunakan .....	96
Gambar 4.1 7	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi transaksi Menggunakan Kartu Kredit .....	97
Gambar 4.1 8	Tanggapan responden terhadap kemenarikan diskon yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	99

Gambar 4.19	Tanggapan responden terhadap frekuensi pemberian diskon yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	100
Gambar 4.20	Tanggapan responden terhadap besarnya diskon yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	101
Gambar 4.21	Tanggapan responden terhadap kemenarikan hadiah yang dilakukan kartu kredit BNI'46.....	103
Gambar 4.22	Tanggapan responden terhadap frekuensi pemberian hadiah yang dilakukan kartu kredit BNI'46.....	104
Gambar 4.23	Tanggapan responden terhadap banyaknya hadiah yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	105
Gambar 4.24	Tanggapan responden terhadap kemenarikan kerjasama yang dilakukan kartu kredit BNI'46.....	106
Gambar 4.25	Tanggapan responden terhadap kredibilitas perusahaan.....	109
Gambar 4.26	Tanggapan responden terhadap kemenarikan Cicilan 0% ( <i>Smart Spending</i> ) dilakukan kartu kredit BNI'46.....	109
Gambar 4.27	Tanggapan responden terhadap frekuensi Cicilan 0% ( <i>Smart Spending</i> ) dilakukan kartu kredit BNI'46.....	110
Gambar 4.28	Tanggapan responden terhadap kemenarikan tarik tunai dilakukan kartu kredit BNI'46.....	112
Gambar 4.29	Tanggapan responden terhadap frekuensi kesempatan tarik tunai dilakukan kartu kredit BNI'46.....	113
Gambar 4.30	Tanggapan responden terhadap bunga tarik tunai yang diberikan kartu kredit BNI'46.....	114
Gambar 4.31	Tanggapan responden terhadap kemenarikan produk yang ditawarkan.....	116

Gambar 4.32	Tanggapan responden terhadap merek kartu kredit.....	117
Gambar 4.33	Tanggapan responden terhadap banyaknya merchant/toko yang diajak kerjasama kartu kredit BNI'46.....	118
Gambar 4.34	Tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan saat bertransaksi.....	119
Gambar 4.35	Tanggapan responden terhadap intensitas penggunaan kartu kredit	121
Gambar 4.36	Diagram Struktur Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	122



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Penelitian
- Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 3 Koding Data
- Lampiran 4 Proses Perhitungan SPSS
- Lampiran 5 Hasil Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Tabel Statistik
- Lampiran 7 Keterangan Lain

