



**PENGARUH PROMOSI, MOTIVASI, GAYA HIDUP,
PERSONAL SELLING TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
KARTU KREDIT**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

Sunanda

55118110174

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020

PERNYATAAN *SIMILARITY* *CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis

oleh Nama : Sunanda
NIM : 55118110174
Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul “PENGARUH PROMOSI, MOTIVASI, GAYA HIDUP, PERSONAL SELLING TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU KREDIT”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 Maret 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 27%.

Jakarta, 16 Juni 2020
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCUBUANA
Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh promosi, gaya hidup, personal selling terhadap minat menggunakan kartu kredit

Bentuk Tesis : Penelitian masalah perusahaan

Nama : Sunanda

NIM : 55118110174

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Juni 2020



UNIVERSITAS
Pembimbing
MERCU BUANA

(Dr. Mirza, ST, MM)

Direktur Program Pascasarjana

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Mudrik Alaydrus".

(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi Magister Manajemen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Dudi Permana".

(Dudi Permana, Ph.D.)

LEMBAR PERNYATAAN

Judul : Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, Personal Selling Terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit

Bentuk Tesis : Penelitian Masalah Perusahaan

Nama : Sunanda

NIM : 55118110174

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Juni 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang di tetapkan dengan surat keputusan program studi magister manajemen program pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelas kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Juni 2020



Sunanda

ABSTRACT

Credit cards are a great demand by urban communities, especially in the DKI Jakarta area. Because credit cards have considerable benefits in terms of prospective debtors. The problem of this study originates from Bank Mega market share, which is in the sixth position, the number of Bank Mega credit card users from 2012 to 2018 which is volatile and does not achieve the target of acquiring new customers for credit card users in the January to October 2019 period. This research is to find out influence factors of someone's interest to use a credit card. The data collection process carried out by distributing questionnaires to 240 credit card users outside of Bank Mega in Greater Jakarta. The questionnaire results analyzed and processed using SPSS 25.0. The analysis results show that motivation variable has the greatest influence on interest in using a credit card, while the effect size is 33.7%, followed by personal selling variables which have an influence on interest in using a credit card by 11.4%, promotion variable has an influence on interest use a credit card of 10.1%, but for lifestyle variables do not have a significant effect on interest in using a credit card because it only has an influence of 1.3%.

Keywords: motivation, personal selling, interests, credit cards



ABSTRAK

Kartu kredit banyak diminati oleh masyarakat perkotaan, khususnya di wilayah DKI Jakarta. Hal ini dikarenakan kartu kredit memiliki manfaat cukup besar dari sisi calon debitur. Permasalahan penelitian ini bersumber kepada market share Bank Mega yang berada di posisi keenam, jumlah pengguna kartu kredit Bank Mega dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2018 yang fluktuatif dan tidak tercapainya target perolehan nasabah baru pengguna kartu kredit pada periode januari sampai dengan oktober 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan kartu kredit. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebar quisioner kepada 240 orang pengguna kartu kredit diluar Bank Mega di Jabodetabek. Hasil quisioner di analisis dan diolah menggunakan SPSS 25.0. Hasil analisis menunjukkan variabel Motivasi memiliki pengaruh paling besar terhadap minat menggunakan kartu kredit, adapun besar pengaruhnya sebesar 33,7%, disusul variabel personal selling yang memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan kartu kredit sebesar 11,4%, sedangkan untuk variabel promosi memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan kartu kredit sebesar 10,1%, namun untuk variabel gaya hidup tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit dikarenakan hanya memiliki pengaruh 1,3%.

Kata Kunci: motivasi, personal selling, minat, kartu kredit

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal tesis yang berjudul: Pengaruh promosi, gaya hidup, personal selling terhadap minat menggunakan kartu kredit.

Proposal tesis ini di tulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk melakukan seminar proposal di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa proposal tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak atas kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Mirza, ST, MM sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Proposal Tesis ini dari awal hingga Proposal Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor UMB .
3. Prof.Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus Direktur Program Pascasarjana, beserta jajarannya.
4. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen UMB.
5. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen UMB.
6. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen UMB.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua dan keluarga yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan proposal tesis ini.

Penulis juga menyadari bahwa proposal tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lanjut agar benar-benar bermanfaat. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar proposal tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberikan sumbangsih bagi kita semua untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran perbankan dan khususnya bagi pengembangan produk kartu kredit di PT. Bank MegaTbk.



DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Minat Menggunakan	10
2.1.2 Promosi	12
2.1.3 Motivasi	14
2.1.4 Gaya Hidup	15
2.1.5 Personal Selling	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis	32
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Variabel dan Pengukuran Variabel	33

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	35
3.4 Populasi dan Metode Sampling	36
3.5 Metode Analisis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Perusahaan	42
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	42
4.1.2 Lingkup Bidang Usaha	44
4.1.3 Sumber Daya Perusahaan	46
4.1.4 Struktur Bisnis Perusahaan	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Profil Responden	47
4.2.2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	51
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.2.3.1 Uji Normalitas	55
4.2.3.2 Autokorelasi	57
4.2.3.3 Multikolinieritas	58
4.2.3.4 Heteroskedastisitas	59
4.2.3.5 Uji Linieritas	60
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis	62
4.2.4.1 Hasil Koefisien Determinasi	61
4.2.4.2 Hasil Uji Signifikansi Simultan	62
4.2.4.3 Uji Signifikansi Individual	62
4.2.5 Korelasi Dimensi Variabel	67
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat	70
4.3.2 Pengaruh Motivasi Terhadap Minat	71
4.3.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat	73
4.3.4 Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Akademisi	79
5.2.2 Saran Manajerial	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	83



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Total pengguna kartu kredit Bank Mega Tahun 2012-2018	3
Gambar 1.2 Hasil Prasurvey alasan menggunakan kartu kredit	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	30
Gambar 4.1 Struktur Bisnis Perusahaan	45
Gambar 4.2 Hasil Histogram	55
Gambar 4.3 Hasil Grafik Normal Plot	56
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data market share kartu kredit	2
Tabel 1.2 Target Penjualan Januari - September 2019	4
Tabel 2.1 Mapping Jurnal Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	35
Tabel 4.1 Profil Responden	47
Tabel 4.2 Pemakaian Kartu Kredit Oleh Responden	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Korelasi	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.7 Nilai R ² old	60
Tabel 4.8 Nilai R ² new	60
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Indvidual	63
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis	66
Tabel 4.13 Korelasi Variabel	68



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran Similarity Check	83
Lampiran II Kuisioner	85
Lampiran III Data Mentah	92
Lampiran IV Hasil Olah Data	96
Lampiran Daftar Riwayat Hidup	102

