

**Bidang Studi Advertising and Marketing**

**Communication**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Universitas Mercu Buana**



**ABSTRAK**

Tisarah Rena Kaswari

44312110073

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT MEMILIKI KARTU KREDIT BANK BCA**

**(PADA NASABAH BANK KCU MATRAMAN)**

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin membaik ditandai dengan semakin meningkatnya kemampuan finansial masyarakat terutama dalam hal transaksi kartu kredit. Kartu kredit saat ini menjadi alat yang penting dalam bertransaksi bagi masyarakat perkotaan. Tingginya persaingan dalam bisnis kartu kredit membuat Bank Central Asia (BCA) melakukan promosi penjualan yang bertujuan meningkatkan minat masyarakat untuk memiliki kartu kredit BCA.

Konsep yang digunakan dalam tinjauan pustaka ini adalah komunikasi pemasaran, promosi penjualan, kartu kredit dan minat memiliki.

Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatif yang bertujuan untuk memberikan penjelasan antara suatu fenomena untuk variabel. Populasi didalam penelitian ini adalah Nasabah Bank BCA KCU Matraman yang belum memiliki kartu kredit, sampel diambil menggunakan rumus Taro Yamane. Teknik pengambilan sampling digunakan untuk menggunakan Non-Probability Sampling sementara purposive sampling digunakan untuk mengambil responden sebagai sampel.

Setelah proses penyebaran kuesioner maka data akan diolah kedalam bentuk tabulasi frekuensi SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui terdapat pengaruh yang positif antara promosi penjualan terhadap minat memiliki kartu kredit.

Kata Kunci : Promosi Penjualan (Diskon), Kartu Kredit dan Minat