



**PENGARUH *WORD OF MOUTH COMMUNICATION*
DAN PROGRAM SALES PROMOTION TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN KARTU KREDIT
BANK MAYAPADA
(Studi Kasus Program Promosi Cashback Pada Bank
Mayapada Cabang Thamrin Tahun 2022)**

TESIS

Oleh :
Donda Novasari
55221120007

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Donda Novasari
NIM : 55221120007
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Word Of Mouth Communication dan Program Sales Promotion Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Kredit Bank Mayapada (Studi Kasus Program Cashback Pada Bank Mayapada Cabang Thamrin Tahun 2022)

Jakarta, 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing

(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh Word Of Mouth Communication dan Program Sales Promotion Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Kredit Bank Mayapada (Studi Kasus Program Cashback Pada Bank Mayapada Cabang Thamrin Tahun 2022)

Nama : Donda Novasari

NIM : 55221120007

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)


Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi


Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

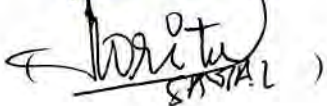
Tanggal : 22 Februari 2024

Jakarta, 22 Februari 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budianto, M.Si.
2. Penguji Ahli :
Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos.,M.T
3. Pembimbing :
Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si.



()

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh Word Of Mouth Communication dan Program Sales Promotion Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Kredit Bank Mayapada (Studi Kasus Program Cashback Pada Bank Mayapada Cabang Thamrin Tahun 2022)

Nama : Donda Novasari

NIM : 55221120007

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 22 Februari 2024

Jakarta, 22 Februari 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budianto, M.Si.
2. Penguji Ahli :
Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos.,M.T
3. Pembimbing :
Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si.

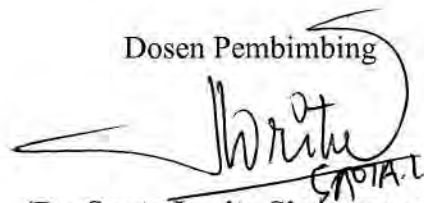


LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Donda Novasari
NIM : 55221120007
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Word Of Mouth Communication dan Program Sales Promotion Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Kredit Bank Mayapada (Studi Kasus Program Cashback Pada Bank Mayapada Cabang Thamrin Tahun 2022)

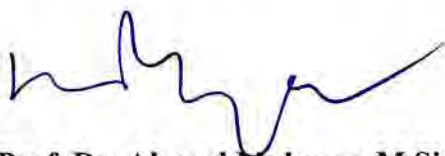
Jakarta, 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing



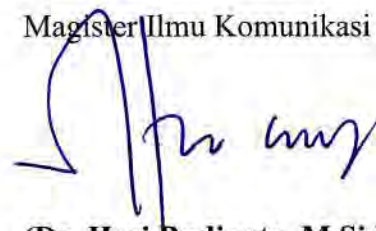
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si.)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M Si.)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Donda Novasari
NIM : 55221120007
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul **“Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Kredit Bank Mayapada (Studi Kasus Program Promosi Cashback Pada Bank Mayapada Cabang Thamrin Tahun 2022)”**, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 30/01/2024 didapatkan nilai persentase sebesar 29%

Jakarta, 30 jan 2024
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Word Of Mouth Communication dan Program Sales Promotion Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Kredit Bank Mayapada (Studi Kasus Program Promosi Cashback Pada Bank Mayapada Cabang Thamrin Tahun 2022)
Nama : Donda Novasari
N I M : 55221120007
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 22 Februari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Februari 2024



(Donda Novasari)

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya dan kebaikan-Nya yang tak berkesudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth Communication* dan Program *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Kredit Bank Mayapada Cabang Thamrin”. Adapun tujuan tesis ini untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dengan baik.
2. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan motivasi, dukungan serta selalu menemani disaat peneliti mengalami kesulitan sehingga penelitian ini dapat selesai tepat pada waktunya.
3. Suami tercinta, dan anakku Darielle dengan keikhlasannya selalu menemani aku, menyemangati, dan selalu berdoa untuk aku, terima kasih.
4. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan motivasi serta semangat dalam proses pembuatan tesis berlangsung.
5. Serta seluruh teman-teman Mikom Menteng seperjuangan yang sudah menyemangati penulis sampai akhirnya tesis ini bisa selesai. Terima kasih atas semuanya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan. Oleh karena itu, ia berharap mendapat saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian tesis ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi. Demikian disampaikan peneliti, terima kasih.

Jakarta, Februari 2024

Donda Novasari

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teoritis	36
2.2.1 Teori Stimulus Respon (S-R)	37
2.2.2 Teori Sikap dan Perilaku	38
2.3 Landasan Konseptual	39
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	39
2.3.2 Metode Word of Mouth	41
2.3.2.1 Pengertian Word Of Mouth.....	42
2.3.2.2 Dimensi dan Indikator Word of Mouth.....	42
2.3.3 Sales Promotion	44
2.3.3.1 Pengertian Sales Promotion	44
2.3.3.2 Manfaat dan Tujuan Promosi Penjualan	44
2.3.3.3 Dimensi Sales Promotion.....	45
2.3.3.4 Indikator Sales Promotion.....	46
2.3.4 Keputusan Penggunaan	47
2.3.4.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeli	49
2.4 Kerangka Pemikiran.....	50
2.5 Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Paradigma Penelitian.....	52
3.2 Metode Penelitian.....	52
3.3 Operasional Konsep	54
3.4 Populasi dan Sampel	54
3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sampel	55
3.5 Jenis dan Sumber Data	56
3.5.1 Jenis Data	57
3.5.2 Sumber	58
3.6 Teknis Analisa Data	58
3.6.1 Analisa Deskriptif	58
3.6.2 Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Square (PLS)	58
3.6.3 Uji Measurement (Outer Model)	59
3.6.4 Uji Model Structural (Inner Model)	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63

4.1.1 Gambaran Umum PT Bank Mayapada, Tbk.....	63
4.1.2 Struktur Organisasi Marketing Komunikasi	65
4.2.2 Program Cashback	66
4.2 Hasil Penelitian	68
4.2.1 Karakteristik Responden	68
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Penggunaan Kartu Kredit Mayapada	71
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	72
4.3 Hasil Analisis Data.....	75
4.3.1 Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	75
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	75
4.3.2 Hasil Analisis Model Pengukuran (Inner Model).....	75
4.3.2.1 Uji Ketepatan Model.....	84
4.3.3 Uji Hipotesis Bootstrapping.....	86
4.4 Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
Daftar Pustaka	104
Lampiran	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bank Penerbit Kartu Kredit	14
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Operasional Konsep	60
Tabel 3.5 Skor Skala Likert	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	76
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	76
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Pengguna Kartu Kredit Mayapada.....	78
Tabel 4.6 Kategorisasi Rentang Skala	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Convergent (Nilai Loading Factor awal)	82
Tabel 4.9 Nilai Average Variance Extraced (AVE).....	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Discriminant (Nilai Cross Loading).....	84
Tabel 4.11 Uji Validitas Discriminant Fornell-Larcker Criterion	85
Tabel 4.12 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	86
Tabel 4.13 Nilai R ²	87
Tabel 4.14 Nilai Q ²	88
Tabel 4.15 Path Coeffisient (Direct Effect dan Indirect Effect)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Transaksi Kartu Kredit	44
Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengguna Kartu Kredit Bank Mayapada	57
Gambar 2.1 Model Stimulus Response	82
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	56
Gambar 4.1 Logo Bank Mayapada	82
Gambar 4.3 Promo Cashbank Bank Mayapada	84

