

**PENGARUH CITRA MEREK DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN KARTU KREDIT BANK MEGA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyelesaian Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

NURUL HIDAYAH
2013210102

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018

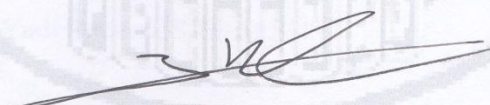
**PENGARUH CITRA MEREK DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN KARTU KREDIT BANK MEGA
DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:

NURUL HIDAYAH
2013210102

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diuji

Dosen Pembimbing
Tanggal : 30 Juli 2018



Dr. Ronny, S. Kom, M. Kom, MH

**PENGARUH CITRA MEREK DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN KARTU KREDIT BANK MEGA
DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

NURUL HIDAYAH

2013210102

Dipertahankan didepan Tim Penguji

Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi

Pada tanggal 20 Agustus 2018

Tim Penguji

Ketua : Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si

Sekretaris : Dr. Ronny, S. Kom, M, Kom, MH

Anggota : Dra.Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nurul Hidayah

Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Juli 1993

N.I.M : 2013210102

Program Studi : S1 Manajemen

Program Pendidikan : Strata

Konsentrasi : Perbankan Pemasaran

Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Bauran Promosi
Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Bank
Mega Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen Dosen Pembimbing,

Tanggal :

Tanggal :



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)



(Dr. Ronny, S. Kom, M. Kom, MH)

MOTTO

“ MAN JADDA WA JADDA ”

“siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil”

(Al-hadist)

PERSEMBAHAN

Persembahan :

Karya tulis ini saya persembahkan kepada :

Saya panjatkan Puja dan Puji Syukur atas kehadiran Allah S.WT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya dalam kehidupan saya hingga sampai saat ini, Allahuakbar (Allah Maha Besar) Shalawat serta salam untuk junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang merupakan panutan disetiap langkah hidup saya. Puji Syukur, Saya bisa menyelesaikan Pendidikan S1, semua itu saya percaya tidak lepas dari campur tangan Tuhan yang begitu luar biasa.

Bapak dan Ibu (Kusun dan musrifah), terima kasih sudah menjadi orang tua yang luar biasa untuk saya, mendidik saya, membesarkan saya dan cintanya yang luar biasa, terima kasih untuk setiap doa yang terlontar untuk anakmu ini, untuk masa depan dan kesuksesan ku ini, serta nasehat, dorongan dan motivasi, pengorbanan, yang saya percaya tidak akan ada habisnya sepanjang masa.

Muhammad khirunnadim, terimah kasih sudah memberikan semangat agar tugas akhir ini selesai.

Thanks to my friends Mira, Elma, Nadira, Sufiana, Uyung, Wira, Zumrotus dan Aisah kalian adalah teman teman yang baik yang telah menemaniku dan memberikan semangat serta dukungan agar tugas akhir ini selesai.

Finally, Terimakasih buat semua Dosen, Civitas, Alumni, dan STIE PERBANAS Surabaya, saya sangat sangat sangat bangga pernah jadi bagian dari kampus yang luar biasa ini. Selalu menjadi kampus unggul dan kebanggan.

Semoga ALLAH MEMBERKATI KITA SEMUA. Amin

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia yang tiada taranya, sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik dalam program studi sarjana, program studi manajemen.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini :

1. Bapak Dr. Ronny, S. Kom, M, Kom, MH, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, saran, dan waktu kepada penulis selama penyusunan skripsi.
2. Bapak Dr. Lutfi, SE.,M.Fin selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu DR. Muazaroh, S.E.,M.T selaku ketua program Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta *civitas* akademika STIE Perbanas Surabaya.
5. Orang tua serta seluruh keluarga yang telah ikhlas dalam mengiringi jejak langkah ini dengan doa, nasihat, cinta kasih sayang yang tiada henti, kesabaran atas segala kerendahan hatinya dalam membimbing, mendidik, dan memberikan pengorbanan.
6. Sahabat dan Saudara-saudara. Atas doa dan nasihat, pengalaman dan motivasi, serta dukungan kalian yang senantiasa saya jadikan pembelajaran agar dapat melangkah lebih baik untuk masa depan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta menjadi pedoman atau acuan dalam pembuatan skripsi selanjutnya. Penulis menyadari dalam pembuatan skripsi ini banyak kekurangan. Akhir kata, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar selanjutnya dapat lebih baik dikemudian hari.

Surabaya, Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
RINGKASAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Rancangan Penelitian.....	24
3.2 Batasan Penelitian.....	25
3.3 Identifikasi Variabel.....	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.4.1 Definisi Operasional.....	26
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	28
3.5 Instrumen Penelitian.....	30
3.6 Populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel.....	32
3.6.1 Populasi.....	32
3.6.1 Sampel.....	32
3.6.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7.1 Data.....	33
3.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.8.1 Uji Validitas.....	35
3.8.2 Reliabilitas.....	35
3.9 Teknik Analisis Data.....	36
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	36

3.9.2	Analisis Statistik.....	36
3.9.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.9.4	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	40
3.9.5	Pengujian Parsial (Uji t).....	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA		
4.1	Gambaran Subyek Penelitian.....	42
4.2	Analisis Deskriptif.....	44
4.2.1	Deskriptif Karakteristik Nasabah.....	44
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
4.3	Uji Prasyarat Analisis / Uji Instrumen.....	54
4.3.1	Uji Validitas.....	54
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	56
4.4	Analisis Data.....	57
4.4.1	Regresi Linier Berganda.....	57
4.4.2	Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Determinasi Berganda (R ²).....	62
4.5	Pengujian Hipotesis.....	63
4.5.1	Uji t (Uji Parsial).....	63
4.5.2	Uji F (Uji Simultan).....	68
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Bank Mega di Surabaya.....	70
4.6.2	Pengaruh Promosi Penjualan Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Bank Mega di Surabaya.....	71
4.6.3	Pengaruh Iklan Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Bank Mega di Surabaya.....	72
4.6.4	Pengaruh Penjualan Personal Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Bank Mega di Surabaya.....	73
4.6.5	Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Iklan, dan Penjualan Personal Berpengaruh Signifikan Secara Simultan Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Bank Mega di Surabaya.....	74
BAB V PENUTUP		
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	77
5.3	Saran.....	77

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1	PERSAMAAN DAN PERBEDAAN ANTARA PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN YANG DILAKUKAN SAAT INI	13
Tabel 3.1	SKALA LIKERT	30
Tabel 3.2	KELAS INTERVAL	31
Tabel 3.3	KISI KISI PENGEMBANGAN INSTRUMEN	32
Tabel 3.4	KLASIFIKASI NILAI DURBIN – WATSON	39
Tabel 4.1	DESKRIPSI JENIS KELAMIN NASABAH	45
Tabel 4.2	DESKRIPSI USIA NASABAH	46
Tabel 4.3	DESKRIPSI PENDIDIKAN TERAKHIR NASABAH	47
Tabel 4.4	DESKRIPSI PEKERJAAN NASABAH	47
Tabel 4.5	DESKRIPSI LAMA MENGGUNAKAN KARTU KREDIT NASABAH	48
Tabel 4.6	DESKRIPSI SEBERAPA SERING NASABAH MENGGUNAKAN KARTU KREDIT BANK MEGA DI SURABAYA.....	49
Tabel 4.7	HASIL TANGGAPAN NASABAH TERHADAP VARIABEL CITRA MEREK (X_1).....	50
Tabel 4.8	HASIL TANGGAPAN NASABAH TERHADAP VARIABEL PROMOSI PENJUALAN (X_2).....	51
Tabel 4.9	HASIL TANGGAPAN NASABAH TERHADAP VARIABEL IKLAN (X_3)	52
Tabel 4.10	HASIL TANGGAPAN NASABAH TERHADAP VARIABEL PENJUALAN PERSONAL (X_4).....	53
Tabel 4.11	HASIL TANGGAPAN NASABAH TERHADAP VARIABEL KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y).....	54
Tabel 4.12	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN SAMPEL KECIL.....	56
Tabel 4.13	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN SAMPEL BESAR.....	56
Tabel 4.14	HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN SAMPEL KECIL	57
Tabel 4.15	HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN SAMPEL BESAR.....	58
Tabel 4.16	HASIL PENGUJIAN NORMALITAS DATA.....	59
Tabel 4.17	NILAI VARIANCE INFLATION FACTOR VARIABEL BEBAS	
Tabel 4.18	HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA	62

Tabel 4.19	KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI.....	64
Tabel 4.20	HASIL UJI T.....	65
Tabel 4.19	HASIL PERHITUNGAN UJI F.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN ONIGBINDE ISAAC OLADEPO	9
Gambar 2.2 KERANGKA PEMIKIRAN MAHMUD I. NOUR ET ALL. (2014).....	10
Gambar 2.3 KERANGKA PEMIKIRAN RASHID SAEED ET ALL (2013).....	12
Gambar 2.4 KERANGKA PEMIKIRAN ²³	
Gambar 4.1 LOGO BANK MEGA.....	44
Gambar 4.2 GRAFIK SCATTERPLOT	61
Gambar 4.3 KRITERIA DAERAH PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN VARIABEL X1	66
Gambar 4.4 KRITERIA DAERAH PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN VARIABEL X2	67
Gambar 4.5 KRITERIA DAERAH PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN VARIABEL X3	69
Gambar 4.6 KRITERIA DAERAH PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN VARIABEL X4	70
Gambar 4.7 DAERAH PENERIMAAN DAN PENOLAKAN H ₀ UJI F ...	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Statistik Responden

Lampiran 4 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 Asumsi Klasik

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PROMOTION MIX DECISION OF USE OF
BANK MEGA CREDIT CARD
IN SURABAYA***

Nurul Hidayah
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2013210102@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The objectives to be achieved in this research, namely to analyze the significance of the influence of brand image, sales promotion, advertising, and personal sales have a significant positive influence on the decision to use credit card Bank Mega.

The population in this research is credit card customers of Bank Mega in Surabaya. Samples were taken and selected from population using purposive sampling method. The technique used in this data is non probability technique or non random sampling technique. The minimum sample for this study was 78, but the researchers used 110 samples for more accurate results. Statistical analysis technique using regression analysis with path analysis through SPSS 19 for windows program.

The results of the analysis can conclude that brand image, sales promotion, advertising and personal sales have a significant and positive influence on the decision to use credit card Bank Mega in Surabaya.

**Keywords: Brand image, Sales Promotion, Advertising, Personal Selling, Decision of Use
Credit Card**

PENGARUH CITRA MEREK DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN KARTU KREDIT BANK MEGA

DI SURABAYA

Nurul Hidayah

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2013210102@students.perbanas.ac.id

RINGKASAN

Tujuan yang akan dicapai dalam kegiatan penelitian ini, yaitu untuk menganalisis signifikansi pengaruh citra merek, promosi penjualan, iklan, dan penjualan Personal berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan kartu kredit Bank Mega.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah kartu kredit Bank Mega di Surabaya. Sampel diambil dan dipilih dari populasi dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik yang digunakan data ini adalah teknik non probabilitas atau teknik sampling non random. Sampel minimal untuk penelitian ini adalah 78, akan tetapi peneliti menggunakan 110 sampel agar hasil lebih akurat. Teknik Analisis statistik menggunakan analisis regresi dengan analisis jalur melalui program SPSS 19 *for windows*.

Hasil analisis yang diperoleh dapat menyimpulkan bahwa Citra merek, Promosi penjualan, Iklan dan Penjualan personal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan kartu kredit Bank Mega di Surabaya.

Kata Kunci : Citra merek, Promosi penjualan, Iklan, Penjualan Personal, Keputusan Penggunaan Kartu Kredit