

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari persepsi promosi kartu kredit *Side Card* BCA terhadap perubahan lifestyle. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel X yang terdiri dari atribut produk, promosi kartu kredit BCA, keuntungan pengguna kartu kredit BCA, brand personality, dan brand customer relationship serta variabel Y yaitu promosi kartu kredit terhadap perubahan lifestyle, yang paling berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perubahan lifestyle yaitu keuntungan pengguna kartu kredit BCA, brand personality, dan brand customer relationship hal ini dapat dilihat dari hasil uji Anova. Manfaat penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi bagi pihak BCA untuk dapat meningkatkan kembali promosi yang dilakukan agar mendapat nasabah di masa yang akan datang.

Kata kunci: keuntungan pengguna kartu kredit BCA, brand personality, dan brand customer relationship serta

DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5

1.5 Kerangka Pemikiran	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Manajemen Pemasaran	18
2.3 Bauran Pemasaran.....	21
2.4 Operasional Variabel (Variable <i>Independent</i> dan <i>dependent</i>)	27
2.5 Advertising	38
2.5.1 Pengertian Iklan	38
2.6 Perilaku Konsumen	44
2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen	44
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	49
2.7 Pengertian Kartu Kredit	53
2.8 Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	56

BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	57
3.2 Desain Penelitian	57
3.3 Populasi dan Sampel	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	62
3.5 Metode Analisis Data	62
3.6 Teknik Pengukuran Variabel dan Instrumental Penelitian	63
3.7 Uji Pendahuluan	64
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas	65
3.8 Definisi Operasional dan Pelaksanaan	68
3.9 Uji Asumsi Klasik	72
3.9.1 Uji Multikolineritas	74
3.9.2 Uji Normalitas	76
3.10 Analisis Data	78
3.11 Sejarah BCA	79

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden	84
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jurusan Yang Diambil	85
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Angkatan Tahun Pendidikan	86
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	87
4.1.5 <i>Side Card</i> BCA Yang Dimiliki Oleh Responden	89
4.2 Hasil Uji Hipotesis	90
4.3 Pernyataan Responden Mengenai Data Penelitian	97
4.3.1 Analisis Tingkat Konsumsi Responden Dalam Berbelanja Secara Umum Lebih Senang Dengan Menggunakan Kartu Kredit	97
4.3.2 Analisis Tingkat Konsumsi Responden Dalam Berbelanja Produk Promosi Dari Kartu Kredit <i>Side Card</i> BCA	98
4.3.3 Analisis Pengaruh Promosi <i>Side Card</i> BCA Terhadap Perubahan <i>Lifestyle</i> Responden	99
4.3.4 Analisis Korelasi Rank Spearman Untuk Mengukur Seberapa Kuatnya Drajat	

Hubungan antara Persepsi Promosi Dari Kartu Kredit <i>Side Card</i> BCA Dan	
Perubahan <i>Lifestyle</i> Mahasiswa	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Model Lima Tahap Proses Pembelian	7
Gambar 2.1	Hierarki Kebutuhan Maslow	14
Gambar 2.2	Model Sederhana Proses Pemasaran	18
Gambar 2.3	Elemen-Elemen Sistem Pemasaran Modern	20
Gambar 2.4	Elemen-Elemen Bauran Pemasaran	22
Gambar 2.5	Jenis Pengetahuan Produk	29
Gambar 2.6	Tingkat Pengetahuan Produk	30
Gambar 2.7	Tahapan Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	36
Gambar 2.8	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	51
Gambar 2.9	Kartu Kredit BCA	54
Gambar 4.1	Model Penelitian Hipotesis	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas	65
Tabel 3.2	Hasil Uji Reabilitas	67
Tabel 3.3	Operasional Variabel X (Variabel <i>Independent</i>)	68
Tabel 3.4	Operasional Variabel Y (Variabel <i>dependent</i>)	71
Tabel 3.5	Hasil Uji Klasik	73
Tabel 3.6	Hasil Uji Multikolineritas	75
Tabel 3.7	Hasil Uji Transformasi Data	77
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jurusan Yang Dianmbil	85
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Angkatan Tahun Pendidikan	86
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	88
Tabel 4.5	<i>Side Card</i> BCA Yang Dimiliki Oleh Responden	89
Tabel 4.6	Correlations	92
Tabel 4.7	Coefficients(a)	94

Tabel 4.8	ANOVA(b)	95
Tabel 4.9	Model Summary(b)	96
Tabel 4.10	Y6	97
Tabel 4.11	Y3	98
Tabel 4.12	Y5	99
Tabel 4.13	Y1	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Input Data Pernyataan Responden

Lampiran 3 Hasil Uji