

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU  
KREDIT SEMARANG  
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA KARTU KREDIT DI PARAGON  
CITY MALL SEMARANG)**

**SUMMARY**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Sarjana (SI)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Katolik Soegijapranata



DISUSUN OLEH :

CALVIN SURYO WIBOWO

10.32.0009

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2014

	<b>PERPUSTAKAAN</b>
	NO. INV : 3811 / S / EM / C.1
	TGL : 17 / 03 / 2014
PARAF :	

## HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Calvin Suryo Wibowo  
NIM : 10.32.0009  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Judul : ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MENGGUNAKAN  
KARTU KREDIT SEMARANG (STUDI KASUS PADA  
PENGGUNA KARTU KREDIT DI PARAGON CITY MALL  
SEMARANG)



Semarang, Januari 2014

Dosen Pembimbing

(Drs.A. Sentot Suciarto, Ph.D.)

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Calvin Suryo Wibowo

NIM : 10.32.0009

Program Studi : Manajemen

Judul : ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MENGGUNAKAN  
KARTU KREDIT SEMARANG (STUDI KASUS PADA  
PENGGUNA KARTU KREDIT DI PARAGON CITY MALL  
SEMARANG)

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal 29 Januari 2014.

Koordinator



(M. Widyanto, S.E., M.M.)

Tim Penguji

Anggota



(Dr. J. Wijanto Hadipuro, S.E., M.T.)

Anggota



(Drs. A. Sentot Suciarto, Ph.D)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



(Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph.D)

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Calvin Suryo Wibowo

NIM : 10.32.0009

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau bentuk – bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Januari 2014

Calvin Suryo Wibowo

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih, pertolongan, penyertaan, bimbingan, dan hikmat-Nya kepada peneliti, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu pemenuhan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan SI Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan judul “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Kartu Kredit Semarang (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Kredit di Paragon City Mall Semarang”.

Terselesaikannya skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan dan dukungan beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. *My Lord, My Saviour* Jesus Christ above His Grace to me
2. Kedua Orang Tua (Papa dan Mama) yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil, semangat, dan kasih sayang
3. Bapak Drs. Sentot Suciarto A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dorongan, pengarahan, dan saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

4. Ibu Dra. B. Irmawati, MS, selaku Dosen Wali yang telah membantu dan juga memberikan pengarahan kepada peneliti selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal dan teladan ilmu pengetahuan selama kuliah.
6. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah banyak membantu penulis dalam hal administrasi studi.
7. Teman – temanku tercinta (Shannen, Monica, Lina, Vita, Lysia) yang telah mendukung dengan doa hingga selesainya skripsi ini.
8. Serta semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan Tuhan memberkati kita semua.

Semarang, Januari 2014

Penulis

Calvin Suryo Wibowo

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Skripsi .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Keaslian Skripsi.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Tabel .....	x
Abstrak.....	xi
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	7
2.1 Pemasaran .....	9
2.2 Bauran pemasaran.....	9
2.2.1 Produk .....	10
2.2.2 Harga.....	10
2.2.3 Lokasi .....	10
2.2.4 Promosi .....	10
2.2.5 Orang.....	11
2.2.6 Proses .....	11
2.2.7 Bentuk Fisik .....	12
2.3 Proses Pengambilan Keputusan.....	13

2.4 Kerangka Pikir .....	15
2.5 Definisi Operasional .....	17
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian .....	19
3.2 Populasi, Sampling, dan Teknik Sampling.....	19
3.3 Pengumpulan Data.....	20
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.3.3 Alat Instrumen Pengumpulan Data.....	20
3.4 Alat Analisis Data.....	21
4.1 Penggunaan Kartu Kredit dalam Satu Bulan Terakhir dengan Memudahkan Transaksi.....	22
4.2 Penggunaan Kartu Kredit dalam Satu Bulan Terakhir dengan Dapat Diskon Dalam Bertransaksi.....	23
4.3 Penggunaan Kartu Kredit dalam Satu Bulan Terakhir dengan <i>Buy</i> <i>One Get Two</i> .....	24
4.4 Penggunaan Kartu Kredit dalam Satu Bulan Terakhir dengan Dapat Poin dari Transaksi.....	26
4.5 Deskripsi Tanggapan Responden .....	27
4.6 Analisis Faktor.....	30
4.6.1. Menganalisis Variabel yang dapat Masuk dalam Analisis Faktor.....	30
4.6.2. Mencari Faktor – faktor yang Berpengaruh dengan Cara Melihat Faktor dengan Nilai Esin di atas 1.....	32
4.6.3. Mencari Faktor <i>Loading</i> Terbesar .....	34
4.6.3.1 Rotasi Faktor.....	35
4.6.4. Memberi Nama Faktor.....	37
4.6.5. Menentukan Faktor Dominan Berdasarkan Variance Terbesar.....	41
4.7. Pembahasan .....	42
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran .....	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	16
Gambar 4.1.....	33



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Kartu Kredit Indonesia Januari 2009 – Oktober 2013 ...	3
Tabel 1.2. Variabel - variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Kartu Kredit .....	6
Tabel 4.1. Penggunaan Kartu Kredit dalam Satu Bulan Terakhir dengan Memudahkan Transaksi.....	22
Tabel 4.2. Penggunaan Kartu Kredit dalam Satu Bulan Terakhir dengan Dapat Diskon dalam Bertransaksi .....	23
Tabel 4.3. Penggunaan Kartu Kredit dalam Satu Bulan Terakhir dengan Dapat <i>Buy One Get Two</i> .....	25
Tabel 4.4. Penggunaan Kartu Kredit dalam Satu Bulan Terakhir dengan Dapat Poin dari Transaksi.....	26
Tabel 4.5. Deskripsi Tanggapan Responden .....	28
Tabel 4.6. Hasil MSA .....	30
Tabel 4.7. Nilai <i>Anti Image Correlation</i> .....	31
Tabel 4.8. <i>Total Variance Explained</i> .....	32
Tabel 4.9. <i>Loading Factor</i> dan Penentuan Faktor Tanpa Rotasi .....	35
Tabel 4.10. Pengelompokan Variabel ke Dalam Faktor Setelah Rotasi.....	36
Tabel 4.11. Pengelompokan Faktor Setelah Rotasi Matrix .....	39
Tabel 4.12. Interpretasi <i>Common Factor</i> .....	42

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui dan menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang, (2) mengetahui faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang.

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, di mana variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dilakukan dengan daftar pertanyaan atau kuesioner. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 19, dengan analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) ada 5 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang yaitu faktor transaksi dan promosi, faktor keunggulan kartu kredit, faktor ekstra, faktor kepemilikan kartu kredit, dan faktor gengsi; (2) faktor yang paling dominan di antara kelima faktor tersebut adalah faktor transaksi dan promosi yang terdiri dari variabel memudahkan transaksi, dapat diskon dalam transaksi, dapat *Buy One Get Two*, dan dapat poin dari transaksi.