

PENGARUH KEGIATAN, KETERTARIKAN DAN OPINI NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN KARTU KREDIT

Nama : Anita Aulia Sutrisno

Jurusan/Program Studi : Ilmu Ekonomi/Perbankan dan Jasa Keuangan lainnya

Pembimbing :

1. Dra.ec. Hj. Mintarti Ariani, M.Si
2. Drs.ec. Bambang Budiarto, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kegiatan, ketertarikan, dan opini nasabah terhadap keputusan penggunaan kartu kredit. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Sampel yang diambil dari penelitian ini sebanyak 99 responden nasabah pengguna kartu kredit dari seluruh bank. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa : (1) kegiatan nasabah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit; (2) ketertarikan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit; (3) opini nasabah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit.

Kata kunci : kegiatan nasabah, ketertarikan nasabah, opini nasabah

PENGARUH KEGIATAN, KETERTARIKAN DAN OPINI NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN KARTU KREDIT

Name : Anita Aulia Sutrisno

Discipline/Study Programme : Ilmu Ekonomi/Perbankan dan Jasa Keuangan
lainnya

Pembimbing :

1. Dra.ec. Hj. Mintarti Ariani, M.Si
2. Drs.ec. Bambang Budiarto, M.Si

ABSTRACT

This study was to determine the effect of activities, interest, and customer opinions on the decision to use credit cards. The type of research used is research using the SPSS method (Statistical Package for the Social Sciences). The samples taken from this study were 99 respondents using credit cards from all banks. This study uses data collection methods using a questionnaire. The data analysis used is regression analysis. The results of the regression analysis can be seen that : (1) customer activities don't have a significant influence on the use of credit cards; (2) customer interest has a significant influence on the use of credit cards; (3) Customer opinion does not have a significant influence on the use of credit cards.

Keywords : customer activities, customer interests, customer opinions