

ABSTRAKSI

Telah terjadi peningkatan konsumsi barang dan jasa pada awal milenium ke dua di Indonesia, yang dipicu oleh semakin membaiknya sektor perbankan nasional serta kecenderungan masyarakat untuk melakukan investasi di sektor jasa. Sektor perbankan sekarang ini semakin banyak menawarkan beragam produk kepada konsumen. Hal ini dilakukan sejalan dengan strategi perusahaan dan karena adanya tuntutan dari konsumen serta perilaku konsumen yang sangat kompleks. Salah satu produk perbankan yang semakin marak untuk dipasarkan dan terus mengalami peningkatan jumlah transaksi oleh masyarakat adalah kartu kredit (*Credit Card*).

Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna kartu kredit Mandiri Visa di Yogyakarta dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, sosial, kepribadian dan psikologis terhadap keputusan penggunaan kartu kredit Mandiri Visa. Dengan mengambil 50 pengguna kartu kredit Mandiri Visa di Yogyakarta sebagai sampel penelitian.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner penelitian yang diajukan kepada responden. Untuk mendapatkan data primer dan sekunder digunakan *field research method* yang terdiri atas observasi, wawancara, kuesioner dan menggunakan *library research method*. Sedangkan metode pengambilan sampel penelitian adalah *nonprobability random sampling* yaitu *convenience sample* atau pengambilan sampel terhadap populasi yang mudah ditemukan atau berada di sekitar peneliti.

Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas untuk menguji butir-butir pertanyaan, analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh variabel penelitian, analisis korelasi berganda untuk melihat hubungan, koefisien determinasi untuk melihat prosentase variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Dan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka digunakan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu kebudayaan, sosial, kepribadian, dan psikologis tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu kredit Mandiri Visa. Dengan demikian menerima hipotesis alternatif (H_a), karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan dari ke empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdapat faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu kredit Mandiri Visa dan faktor tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Kebudayaan, Sosial, Kepribadian, Psikologis, dan keputusan penggunaan.

ABSTRACT

The increasing of goods and services already happened at the early of the second millennium age in Indonesia and it has been triggered out with the improvement of the national banking sector and there is a tendency of the people to invest to the service sector. Recently the banking sectors offer more variety of products to the consumers and this is done in relating with the strategy of the firm and because of the customers' demand and the complexity of the consumers' behaviors. One of the banking productions, which has been popular to be marketed and the total number of transactions of community which is still continually increasing, is the credit card.

This research is done toward the users of Mandiri Visa Credit Cards in Yogyakarta with the purpose is to find out the factors influenced the consumers' behavior such as culture, social, personality, and psychology towards consumers decision of using Mandiri Visa Credit Card. This research used 50 users of Mandiri Visa Credit Card as research samples.

The type of the research used is survey method, questionnaire in order to get information from the respondents. To get prime and secondary data, this paper used field research method consisting of observations, interviews, questionnaires as well as library research. While the method using research sample is non-probability random sampling that is, convenience sample or the use of samples easily found or available around the researcher.

The analysis instrument used in this research such as validity and reliability test is to examine the question points, double regressive analysis to see the influence of research variable, double correlative analysis to see the relationship, while the coefficient determination is to see the percentage of independent variable towards the dependent variable. And to test the hypothesis proposed in this research, F test and t test are used.

The result of this research shows that, factors influenced the consumer's behavior such as: culture, social, personality, as well as psychology do not influence towards the decision of using Mandiri Visa Credit Card. For that reason, the alternative hypothesis (H_a) is accepted since F sum is bigger than F table. Besides the four factors influenced the consumers' behavior, there are others factors which more influence towards the decision of using Mandiri Visa Credit Card and those factors are not studied in this research.

Key Words: Consumers' behavior, Culture, Social, Personality, Psychology and The decision of using.