

# PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN KARTU KREDIT DI WILAYAH DKI JAKARTA

Risna Sulistyawaty

Jl. H. Rijin No.144 Rt 05 Rw 011 Kelapa Dua, Depok  
[Inoy\\_tazman@yahoo.com](mailto:Inoy_tazman@yahoo.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana jenis penggunaan kartu kredit dapat memprediksi pengelompokan konsumen ke dalam kelompok pengguna dan kelompok bukan pengguna kartu kredit selain itu faktor-faktor apa saja yang menjadi motivasi konsumen untuk menggunakan dan tidak menggunakan kartu kredit. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer, data primer ini diperoleh dengan melalui penyebaran kuesioner dan alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor dengan metode KMO dan Bertlett's Test dan Anti-Image Correlation. Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ada tiga kelompok pemakai kartu kredit yaitu kelompok pemakai jarang, kelompok pemakai sedang dan kelompok pemakai sering dan kesimpulan berikutnya ada dua faktor yang mempengaruhi pengguna kartu kredit yaitu faktor keunggulan dan faktor kemudahan dan hanya satu faktor yang mempengaruhi bukan pengguna kartu kredit yaitu faktor tidak butuh.

Kata kunci : Kartu Kredit, Cluster Pemakai Kartu Kredit, Faktor-faktor yang Memotivasi.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Di jaman era globalisasi ini untuk melakukan transaksi, dapat digunakan berbagai sarana pembayaran, mulai dari cara yang paling tradisional, sampai dengan cara yang paling modern sekalipun. Sejalan dengan perkembangan jaman ditemukan cara yang paling efisien dan efektif untuk melakukan transaksi pembayaran yaitu dengan menggunakan kartu plastik atau lebih dikenal dengan kartu kredit yang mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Kartu kredit ini dapat pula digunakan untuk berbagai keperluan yang berfungsi sebagai alat pembayaran tunai. Penggunaan kartu kredit dirasakan lebih aman dan praktis untuk segala keperluan, seperti untuk keperluan uang tunai dalam bepergian, bahkan dewasa ini kartu kredit sudah dapat digunakan untuk segala bentuk pembayaran secara internasional.

Pelopor pengembangan kartu kredit di Indonesia dilakukan oleh Citibank dan Bank Duta. Dewasa ini jenis kartu kredit yang beredar adalah *Master Card*, *Visa Card*, *Visa BCA*, *Dinner Club*, *Amex Card* dan kartu-kartu kredit lainnya. Khusus untuk

*Dinner Club* merupakan kartu kredit yang bukan dikeluarkan oleh bank, akan tetapi oleh lembaga pembiayaan seperti PT. Dinner Jaya Indonesia.

### **Perumusan Masalah**

Kehidupan di kota-kota besar yang penuh kesibukan membuat orang cenderung menginginkan yang serba cepat, mudah dan praktis termasuk untuk kegiatan yang bersifat konsumtif. Fenomena ini oleh pihak bank selaku penerbit kartu kredit dijadikan acuan untuk menawarkan kepraktisan dan keamanan dalam berbelanja. Adanya kartu kredit ini bagi sebagian orang benar-benar mendukung gaya hidup yang dianutnya, sehingga mereka memanfaatkan pada hampir semua transaksi pembelian barang atau jasa. Sebagian lainnya walaupun memakai kartu kredit, hanya memanfaatkan sekali-kali saja, namun masih ada pula orang yang tetap menganut gaya hidup tradisional yang lebih senang membayar tunai untuk segala sesuatu yang dibelinya.

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana jenis penggunaan kartu kredit dapat memprediksi cluster konsumen ke dalam kelompok pengguna kartu kredit dan kelompok bukan pengguna kartu kredit dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi motivasi responden untuk menggunakan kartu kredit dan tidak menggunakan kartu kredit.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan bisa dianggap sebagai pembuktian empiris model alternatif untuk memprediksi cluster konsumen ke dalam kelompok pemakai kartu kredit dan bukan pemakai kartu kredit dalam kaitannya dengan gaya hidup seseorang terhadap kartu kredit, hasil penelitian ini dapat diharapkan akan memberikan jawaban tentang pemanfaatan kartu kredit dari masing-masing kelompok pemakai kartu kredit dan hasil studi tentang kartu kredit ini diharapkan akan memberikan jawaban terhadap kebutuhan akan studi tentang kartu kredit yang semakin dirasakan kepentingannya dalam era globalisasi.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Tujuan utama pemasar adalah melayani dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam usaha memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Menurut Engel et.al. (2001), menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan langsung untuk mendapatkan konsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Kotler dan Amstrong (2003), mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal. Sementara itu, Mowen et.al. (2001), mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang dan jasa, pengalaman serta ide-ide.

Definisi terakhir sangat sederhana tetapi mengandung sejumlah konsep penting. Pertama, proses pertukaran dimana segala sumber daya ditransfer diantara kedua belah pihak antar konsumen dengan perusahaan yang melibatkan serangkaian langkah-langkah, dimulai dari tahap perolehan atau akuisisi, lalu ke tahap konsumsi, dan berakhir dengan tahap disposisi produk atau jasa. Kedua, unit pembelian, hal ini dikarenakan pembelian dilakukan oleh kelompok ataupun individu, dimana keputusan pembelian dilakukan oleh individu atau sekelompok orang.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen berkaitan erat dengan proses pengambilan keputusan untuk menggunakan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional.

Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif produk yang dapat memuaskan kebutuhan mereka. Selama utilitas marjinal yang diperoleh dari pembelian produk masih lebih besar atau sama dengan biaya yang dikorbankan, konsumen cenderung akan membeli produk.

Pada hakikatnya kebutuhan konsumen akan mengalami perubahan dalam hidupnya sejalan dengan perubahan sosial, ekonomi dan budaya yang terjadi pada lingkungan dimana mereka hidup. Perubahan tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu dalam mengambil keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk barang dan jasa.

Zeithaml dan Bitner (2000), berpendapat bahwa tahapan-tahapan yang dilakukan konsumen dalam pengambilan keputusan dan mengevaluasi jasa yang ditawarkan dapat dibagi menjadi empat sebagai berikut : pencarian sumber-sumber informasi, penilaian berbagai alternatif jasa, pembelian dan penggunaan, dan evaluasi pasca pembelian.

Berdasarkan model perilaku konsumen yang berhubungan dengan pengambilan keputusan, penggunaan atau pembelian suatu produk jasa, dalam hal ini kartu kredit, maka setiap bank harus mengetahui tentang kebutuhan dan karakteristik nasabah (karakteristik individu) yang mendasar yang sangat diperlukan untuk pelaksanaan suatu program kinerja bauran pemasaran jasa.

Karakteristik individu merupakan suatu proses psikologis yang mempengaruhi individu dalam memperoleh, mengkonsumsi serta menerima barang dan jasa serta pengalaman. Karakteristik individu terdiri dari : sumber daya konsumen; motivasi; keterlibatan; pengetahuan; sikap; kepribadian; nilai dan gaya hidup. Karena dengan memahami gaya hidup konsumen akan sangat bermanfaat bagi pemasar. Terdapat empat manfaat yang dapat diperoleh pemasar dari pemahaman terhadap gaya hidup konsumen. Pertama, pemasar dapat menggunakan gaya hidup konsumen untuk melakukan segmentasi dan memposisikan produk di pasar sasaran. Kedua, pemahaman gaya hidup konsumen juga akan membantu dalam memposisikan produk di pasar dengan menggunakan iklan. Ketiga, jika gaya hidup telah diketahui, maka pemasar dapat menempatkan iklan produknya pada media yang paling cocok. Keempat, mengetahui gaya hidup konsumen berarti pemasar dapat mengembangkan produk sesuai dengan tuntutan gaya hidup mereka.

Kotler (1988), mengatakan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dalam dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan pendapat orang tersebut. Gaya hidup menggambarkan kehidupan manusia secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup merefleksikan sesuatu yang melebihi kelas sosial



maupun kepribadian seseorang. Gaya hidup digunakan untuk segmentasi pasar karena gaya hidup menggambarkan secara luas kehidupan sehari-hari konsumen. Menurut Plummer (1974), segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup berorientasi pada konsumen dan bukan berorientasi pada produk. Oleh karena itu segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup dapat mengelompokkan konsumen ke dalam berbagai jenis gaya hidup yang unik berdasarkan aktivitas, minat dan pendapat konsumen.

Pola konsumsi dengan menggunakan kartu kredit terlihat ada kaitannya dengan kelas sosial, tingkat penghasilan dan gaya hidup seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Slocum dan Matthews (1970), di Amerika Serikat menunjukkan bahwa orang-orang dari kelas sosial yang lebih rendah cenderung memakai kartu kredit untuk tujuan angsuran sedang orang-orang dari kelas sosial yang lebih tinggi untuk tujuan kemudahan. Selain itu, hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa semua pemakai kartu kredit secara umum mempunyai sikap positif terhadap kredit. Namun demikian pemakai dengan tujuan angsuran cenderung menggunakan kartu kredit lebih sering ketimbang pemakai dengan tujuan kemudahan.

Menurut Ingene dan Levy (1982), ada tiga alasan mengapa seseorang memilih untuk memakai kartu kredit daripada membayar tunai. Pertama, karena konsumen membutuhkan kredit untuk mampu membeli barang atau jasa yang diinginkan. Kedua, konsumen ingin memanfaatkan kenyamanan untuk tidak perlu membawa-bawa uang tunai. Ketiga, konsumen merupakan orang yang sangat perhitungan dan memahami keuntungan yang diperoleh dari membeli sekarang dan membayar kemudian.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan metode kajian lapangan (*field studies*) yaitu suatu kajian ilmiah *Non Eksperimental* yang secara sistematis mempelajari hubungan atau korelasi dan menguji hipotesis, serta dilakukan dalam situasi kehidupan nyata (Kerlinger, 1986). Selain itu peneliti menggunakan data gabungan yaitu : data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen dan data sekunder yang didapat dari beberapa buku, penelitian sebelumnya, dan dari internet.

Perilaku pemegang kartu kredit dan bukan pemegang kartu kredit adalah skor yang diperoleh dari penelitian melalui kuesioner tentang perilaku konsumen dengan dimensi motivasi yang mendorong konsumen menggunakan kartu kreditnya di wilayah DKI Jakarta. Untuk pengguna kartu kredit dilihat dari indikator yaitu : praktis dan aman, cadangan uang, fasilitas dan kemudahan, diskon khusus, beli sekarang dan membayar kemudian dan *reward*. Untuk bukan pengguna kartu kredit dapat dilihat dari indikator yaitu : belum perlu akan kartu kredit, belum tertarik akan kartu kredit dan tidak menyukai segala bentuk kredit.

Dalam melakukan penelitian ini sampel yang diambil dari populasi menggunakan *judgment sampling*, yaitu suatu prosedur dimana peneliti menggunakan segala upaya dalam memilih sampel yang dirasa cocok dalam penelitiannya.

Prosedur dan tehnik pengambilan digunakan *judgment sampling* sebanyak 100 responden yang mempunyai dan tidak mempunyai kartu kredit di 3 wilayah DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan survey langsung terhadap responden melalui pemberian kuesioner. Bentuk jawaban atau tanggapan biasa digunakan dalam kuesioner adalah bentuk format likert yang didesain agar memungkinkan konsumen untuk menjawab pertanyaan dengan variasi derajat tertentu. Jawaban setiap item

instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari jawaban negatif (dengan angka rendah) sampai dengan jawaban positif (angka besar) yang ditunjuk dengan skor / nilai tertentu.

Setelah data yang dibutuhkan telah didapat, maka melakukan pengolahan data. Dalam penelitian ini ada 3 (tiga) cara yang dipakai untuk menganalisis data yaitu : pertama, uji reliabilitas; untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini teknik reliabilitas yang digunakan adalah Alpha Cronbach dengan rumus yang telah disederhanakan sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1) r}$$

Keterangan :

k = jumlah butir

r = korelasi rata-rata antar butir

Kedua, uji validitas ; untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas berguna untuk menentukan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Angka korelasi yang diperoleh secara statistik harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r (*product moment*). Bila r hitung > r tabel berarti data tersebut valid dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Dan sebaliknya bila r hitung < r tabel berarti data tersebut tidak valid dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Ketiga, uji analisis faktor ; untuk menentukan faktor-faktor yang memotivasi pemegang kartu kredit menggunakan kartu kreditnya dan bukan pemegang kartu kredit perlu dilakukan analisis faktor terhadap variabel-variabelnya. Dalam hal ini analisis faktor juga relevan sebagai validitas konstruk yang menguji validitas skala secara keseluruhan (Anastasi, 1990). Analisis faktor merupakan teknik statistik yang dipakai untuk mengurangi jumlah variabel yang banyak menjadi seperangkat variabel yang lebih sedikit atau untuk memahami pola antar hubungan di antara variabel-variabel yang diamati (Tabachnick & Fidell, 1983).

Secara umum model analisis faktor dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$X_i = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + \dots + A_{ik} F_k + U_i$$

Dimana :

F = Common Faktor merupakan faktor yang dimiliki secara bersama oleh beberapa variabel.

U = Unique Faktor merupakan faktor yang dimiliki oleh suatu variabel yang tidak dapat dijelaskan oleh Common Faktor.

A = Konstanta yang dipakai untuk menggabungkan faktor-faktor K.

Faktor-faktor diduga dari variabel-variabel yang dapat diamati dan dapat diestimasi gabungan linier dari variabel-variabel yang dapat dijelaskan pada rumus berikut :

$$F_j = W_{j1} X_1 + W_{j2} X_2 + \dots + W_{jp} X_p$$

Dimana : W<sub>j</sub> merupakan koefisien skor-skor faktor yang diketahui dan p merupakan jumlah variabel.

Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling *independent* satu dengan yang lain, sehingga dapat dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Pada

dasarnya tujuan analisis faktor adalah *Data Summarization* yaitu mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi antar variabel. Besar korelasi parsial diberikan lewat pilihan *Anti-Image Correlation*. Pengujian seluruh matrik korelasi (korelasi antar variabel) diukur dengan besaran *Bartlett Test Of Sphericity* atau *Measure Sampling Adequacy* (MSA).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh melalui penelitian dari 100 sampel adalah terdapat 50 orang pemakai dan 50 orang bukan pemakai kartu kredit dengan berbagai latar belakang yang berbeda. Untuk pemakai kartu kredit dapat diketahui cluster atau kelompok pemakai kartu kredit yang terdiri dari kelompok pemakai jarang (1-3 kali), kelompok pemakai sedang (4-6 kali) dan kelompok pemakai sering (> 6 kali) yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1 Cluster Pemakai Kartu Kredit

	Pemakai Jarang (1 – 3 kali)	Pemakai Sedang (4 – 6 kali)	Pemakai Sering (> 6 kali)
	%	%	%
Usia			
25-32 tahun	28	10	6
33-40 tahun	24	6	2
41-48 tahun	6	4	4
49-56 tahun	0	6	0
> 56 tahun	2	2	0
Pendidikan			
SD/SMP	0	0	2
SMA	6	2	2
Diploma	8	6	6
S1	36	18	2
S2/S3	10	2	0
Pengeluaran RT			
Rp 2 jt $\leq$ x $\leq$ Rp 3jt	38	6	2
Rp 3 jt $\leq$ x $\leq$ Rp 4,5 jt	14	8	8
Rp 4,5 jt $\leq$ x $\leq$ Rp 6 jt	4	10	0
Rp 6 jt $\leq$ x $\leq$ Rp 8 jt	2	2	0
Rp 8 jt $\leq$ x $\leq$ Rp 10 jt	2	2	0
> Rp 10 jt	0	0	2
Jabatan			
Direksi/GM	2	2	2
Manajer	0	8	0
Staff/SPV	48	18	8
Lainnya	10	0	2

*Sumber* : Data yang diolah



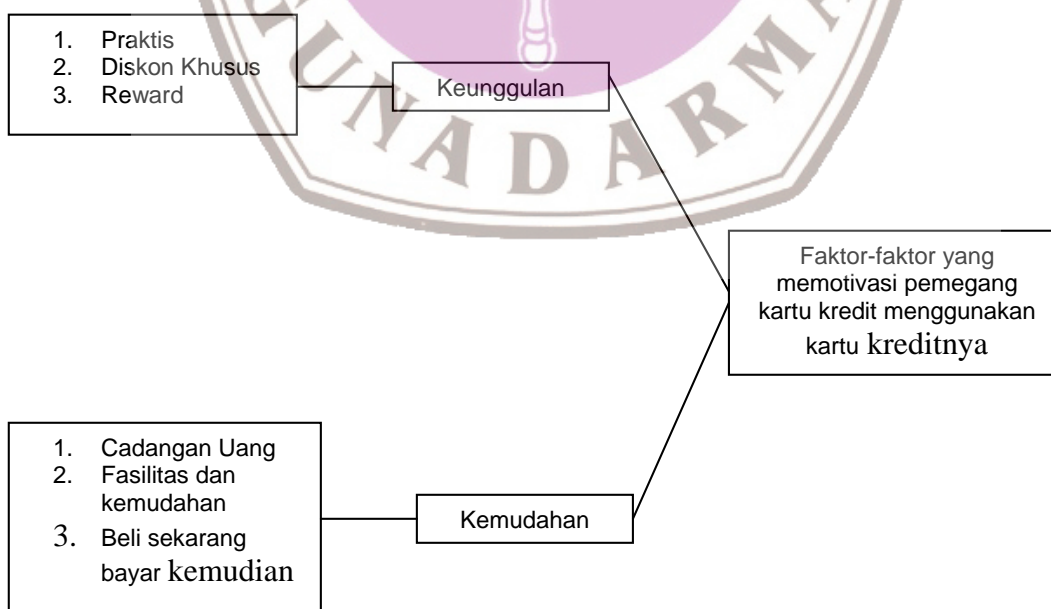
Pada tabel 1 dapat diketahui distribusi subyek berdasarkan usia, tingkat pendidikan, jumlah pengeluaran rumah tangga, dan jabatan. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa untuk kelompok usia 25-32 tahun menghasilkan presentase yang paling banyak dari masing-masing kelompok pemakai kartu kredit, yaitu pemakai sering sebanyak 6%, pemakai sedang 10% dan pemakai jarang 28%.

Kelompok pemakai berdasarkan pendidikan yang paling dominan adalah pendidikan sarjana (S1) untuk pemakai jarang sebanyak 36% dan pemakai sedang sebanyak 18% sedangkan pendidikan diploma yang paling dominan untuk pemakai sering sebanyak 6%.

Kelompok yang dominan dalam pengeluaran rumah tangga adalah pemakai jarang sebanyak 38% dengan pengeluaran rumah tangga Rp 2.000.001–Rp 3.000.000. Pemakai sedang sebanyak 10% dengan pengeluaran rumah tangga sebesar Rp 4.500.001–Rp 6.000.000 dan untuk kelompok pemakai sering sebanyak 8% dengan pengeluaran rumah tangga Rp 3.000.001–Rp 4.500.000.

Jabatan Staff/SPV memiliki presentase yang paling banyak untuk semua kelompok pemakai kartu kredit dibandingkan jabatan lainnya. Untuk pemakai jarang sebanyak 48%, pemakai sedang sebanyak 18% dan pemakai sering 8%.

Sedangkan untuk faktor-faktor yang memotivasi pengguna kartu kredit untuk menggunakan kartu kreditnya terdiri dari 2 faktor yaitu : faktor keunggulan yang berisikan variabel praktis, diskon khusus dan *reward*. Serta faktor kemudahan yang berisikan variabel cadangan uang, fasilitas dan kemudahan, beli sekarang dan membayar kemudian. Untuk lebih jelasnya dapat dibuat sebuah model alternatif untuk memprediksi pengelompokan konsumen dalam kaitannya dengan perilaku pemegang kartu kredit dalam menggunakan kartu kreditnya yaitu sebagai berikut :



Gambar 1 Model Prediksi Pengguna Kartu Kredit

Faktor-faktor yang memotivasi bukan pengguna kartu kredit untuk tidak menggunakan kartu kredit terdiri dari 1 faktor yaitu faktor tidak butuh yang berisi variabel belum perlu akan kartu kredit, belum tertarik akan kartu kredit dan tidak suka akan bentuk kredit. Untuk lebih jelasnya dapat dibuat sebuah model alternatif untuk memprediksi pengelompokan konsumen dalam kaitannya dengan perilaku bukan pemegang kartu kredit dalam kehidupannya yaitu sebagai berikut :



Gambar 2 Model Prediksi Bukan Pengguna Kartu Kredit

## KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat tiga kelompok pemakai kartu kredit antara lain kelompok pemakai jarang (1-3 kali), kelompok pemakai sedang (4-6 kali) dan kelompok pemakai sering (lebih dari 6 kali). Dari masing-masing kelompok pemakai kartu kredit, dapat diketahui bahwa semakin tinggi pendidikan, jabatan dan pengeluaran rumah tangga seseorang maka semakin tinggi frekuensi pemakaian kartu kreditnya.

Selain itu dapat dilihat faktor-faktor yang mempengaruhi atau memotivasi perilaku pemegang kartu kredit untuk menggunakan kartu kreditnya. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor keunggulan dan faktor kemudahan. Serta dapat dilihat juga faktor-faktor yang mempengaruhi atau memotivasi perilaku konsumen dalam tidak menggunakan atau tidak memiliki kartu kredit. Untuk bukan pengguna kartu kredit hanya ada satu faktor yaitu faktor tidak butuh.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang telah terbentuk bisa dikatakan dengan gaya hidup masing-masing kelompok. Ada yang menggunakan kartu kredit untuk mempermudah hidupnya dan sesuai dengan gaya hidupnya dan ada pula yang tidak menggunakan kartu kredit itu sesuai dengan gaya hidupnya. Karena gaya hidup individu itu berbeda dengan individu yang lainnya.

Adapun saran yang diberikan yaitu untuk pihak bank penerbit kartu kredit agar lebih peka terhadap karakteristik individu dari nasabahnya dan lebih meningkatkan pelayanannya dalam melayani tingkat kepentingan nasabah. Untuk penelitian berikutnya jumlah sampel lebih diperbanyak lagi karena jumlah pemakai kartu kredit



akan terus meningkat dan untuk meneliti masalah tentang jumlah tagihan kartu kredit yang melebihi batas maximum yang diberikan oleh bank serta bagaimana cara menanggulangnya dan sanksi hukum apa yang akan diberikan. Serta meneliti tentang kejahatan-kejahatan yang timbul akibat adanya kartu kredit dan bagaimana cara mengatasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cakravorti, Sujit, (2003), "Theory Of Credit Card Networks : A Survey Of The Literature", *Journal of economics*, vol.2 no.2 hal 50-68
- Eka, Ni Putu dan Jubaedah, (2007), "Analisis Pemegang Kartu Kredit di DKI Jakarta", Laporan penelitian, Universitas Pembangunan Nasional, Jakarta.
- Gunawan, Aries Indra, (2005), "Pengaruh Karakteristik Pemegang Kartu dan Fitur Layanan Terhadap Transaksi Kartu Kredit", Tesis, Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Hayashi, Yuka, (2006), "In Japan, Bank and Consumers Turn to Plastic ; Lender Seek New Growth Areas As Traditional Business Declines ; Swapping Cash for Credit Cards"; *Wall Street Journal*, Eastern edition, New York
- Hurriyati, Ratih, (2008), "Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen", edisi 2, CV. Alfabeta, Bandung.
- Kasmir, (2002), "Dasar-dasar Perbankan", PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Pawitra, Teddy, (2002), "Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran", edisi 2, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Pinto, Marybeth and Marry Jo Bitner, (2008), "Consumer Vulnerability and Credit Card Knowledge Among Developmentally Disable Citizens", *Journal of Consumer Affairs*, Vol 42, edisi 3, hal 425-439
- Rizqasari, Indriati, (2005), "Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Persepsi dan Tingkat Pengguna Kartu Kredit Pada Karyawan Bank", Tesis, Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Sarwono, Jonathan, (2005), "Teori dan Praktik Riset Pemasaran dengan SPSS", CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Simamora, Bilson, (2004), "Riset Pemasaran ; Falsafah, Teori dan Aplikasi", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna, (2008), "Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian", PT. Global Media Informasi, Yogyakarta.

Sulaiman, Wahid, (2005), “Statistik Non Parametrik ; Contoh Kasus dan Pemecahannya dengan SPSS”, CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Sutojo, Siswanto, (2007), “Analisis Kredit Bank Umum”, edisi 2, PT. Damar Mulia Perkasa, Jakarta.

Wirorono, Winawati, (1996), “Pengaruh Perbedaan Individual Pada Pola Pemakai Kartu Kredit”, Tesis, Universitas Indonesia, Depok.

