

Gaya Hidup Nasabah dan Keputusan Penggunaan Kartu Kredit

Muhammad Fauzan
STIKOM Tunas Bangsa Pematangsiantar
mfauzan57@yahoo.com

Abstract

This study discusses the effect of achievers lifestyle on the decision to use credit card to customers of credit card customers of Bank Mandiri branch Pematangsiantar. The goal is to determine the effect of achievers' lifestyle with the decision to use credit cards to customers of Bank Mandiri credit card users. The number of respondents determined as many as 100 respondents. Sampling procedure is done by purposive sampling that is sampling technique based on credit card user who live in Pematangsiantar city. Multiple linear regressions are used as technique of analysis. The results showed that the achievers lifestyle variables have a significant influence on the decision to use credit cards. From result of regression analysis known that activity and opinion variable have influence stronger than interest to decision using credit card.

Keywords: achievers lifestyle, credit card, multiple linear regression

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pengaruh gaya hidup achievers terhadap keputusan menggunakan kartu kredit pada nasabah pengguna kartu kredit Bank Mandiri cabang Pematangsiantar. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara gaya hidup achievers dengan keputusan menggunakan kartu kredit pada nasabah pengguna kartu kredit Bank Mandiri. Jumlah responden yang ditentukan sebanyak 100 responden. Prosedur pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pada pengguna kartu kredit yang bertempat tinggal di kota Pematangsiantar. Regresi linier berganda digunakan sebagai teknik analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup achievers mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan kartu kredit. Dari hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel activities dan opinion memiliki pengaruh lebih kuat dibandingkan interest terhadap keputusan menggunakan kartu kredit.

Kata Kunci: gaya hidup pengguna, kartu kredit, regresi linier berganda

Diterima: 27 Februari 2017; Direvisi: 16 April 2017; Disetujui: 28 April 2017

PENDAHULUAN

Bank Mandiri merupakan bank terbaik, terdepan dan terpercaya di Indonesia. Jumlah pengguna kartu kredit Bank Mandiri terus meningkat. Jumlah pengguna kartu kredit Bank Mandiri terus meningkat. Sampai dengan tahun 2013, jumlah pengguna kartu kredit Bank Mandiri di Indonesia berjumlah 2,9 juta orang. (Melia dan Suprapti, 2014). Sumarto, dkk (2011) mengemukakan bahwa kartu kredit adalah alat pembayaran pengganti uang tunai, berbentuk kartu yang memberikan fasilitas kredit kepada pemiliknya, dimana saat jatuh tempo dapat dibayar dengan jumlah minimum dan sisanya dijadikan kredit. Pertumbuhan bisnis kartu kredit sangat pesat yaitu mulai banyaknya pasar swalayan dan juga toko-toko kecil yang mulai menerima kartu kredit sebagai alternatif alat pembayaran dibandingkan dengan uang tunai.

Dalam rangka mendorong masyarakat agar menggunakan instrumen non tunai (*less cash society*), pemerintah melalui BI secara resmi mencanangkan gerakan nasional non tunai (GNNT). Berbagai institusi pemerintah lainnya seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Ketenagakerjaan dan Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia juga turut mendukung tumbuhnya gerakan nasional non tunai. Keberadaan kartu kredit diketahui dengan baik oleh masyarakat. Untuk sebagian kalangan, kartu kredit bahkan mendukung gaya hidupnya dan dimanfaatkan pada hampir semua transaksi pembelian barang atau jasa. (Lestari, dkk, 2017)

Wahyuni dan Pranoto (2013) mengemukakan bahwa industri perbankan sebaiknya juga melakukan upaya pengenalan terhadap produk-produknya (termasuk kartu kredit). Kartu kredit merupakan sebuah alat pembayaran berupa kartu yang tertera nama dan tanda tangan pemilik serta dapat digunakan untuk membayar barang yang dibeli dengan dana dipinjamkan oleh suatu lembaga di tempat-tempat yang bersedia menerima pembayaran tanpa harus mengeluarkan uang tunai. Dengan kata lain, kartu kredit diciptakan untuk memudahkan nasabah dalam berbelanja.

Jasa kartu kredit termasuk bisnis yang menguntungkan, bank penerbit akan memperoleh pendapatan Rp. 50.000 hingga Rp. 1.000.000, dari iuran (*annual*

fee) yang harus dibayar oleh para pemegang kartu setiap tahunnya. Pendapatan itu merupakan dana segar yang sepenuhnya menjadi keuntungan pihak bank. Rincian biayanya 25% untuk membuat kartu, administrasi serta *fee* untuk prinsipalnya. Pihak Bank masih akan memperoleh keuntungan sekitar 2,5% hingga 4% per bulan dari setiap nominal kredit yang disalurkan lewat jasa ini (Razati dan Ruhimat, 2008).

Kartu kredit menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan sebagian orang yang hidup di perkotaan. Jangan heran kalau melihat orang yang memiliki lebih dari satu kredit, semakin banyak kartu kredit yang dimiliki semakin bangga pemilik kartu kredit tersebut. Kartu kredit dapat membuat hidup konsumen lebih nyaman bila mampu mengelolanya, tetapi dapat juga berubah menjadi bencana bila harus menanggung biaya yang tidak perlu, misalnya biaya karena keterlambatan pembayaran tagihan (Rimenda dan Listiawati, 2013).

Semua golongan masyarakat pun bisa memiliki kartu kredit sebagai pengganti alat pembayaran saat ini. Jenis-jenis kartu kredit terbitan Bank di Indonesia adalah kartu tunai (*cash card*), kartu debit (*debit card*), kartu charge (*charge card*), kartu kredit (*credit card*), kartu ATM dan kartu Prabayar. Penggunaan kartu kredit di Indonesia kini selain alat pengganti pembayaran namun juga telah berfungsi sebagai gaya hidup. (Lubis dan Lubis, 2012)

Karakteristik pengguna (*achievers*) bisa ditemukan pada nasabah pengguna kartu kredit Bank Mandiri yang memiliki pendapatan tergolong cukup tinggi, sebagian besar nasabah berpendidikan S1, terdapat jenjang karir yang jelas sehingga nasabah memiliki kesempatan untuk berprestasi. Dengan banyak keinginan dan kebutuhan, *achievers* merupakan konsumen yang aktif. *Image* merupakan hal yang penting bagi *achievers*. Mereka suka produk dan layanan yang sudah mapan, prestise yang mencerminkan sukses mereka. Karena kehidupan mereka yang sibuk, mereka sangat tertarik terhadap alat-alat yang bisa membantu mereka menghemat waktu.

Kartu kredit pada dasarnya adalah sebagai sebuah alat identifikasi untuk konsumen yang secara keuangan bertanggung jawab. Penggunaannya memberikan

kredit berputar (*revolving credit*) tanpa jaminan untuk pembelian barang atau jasa dari para pedagang (*merchant*) (Rahmadiana, 2013)

Adapun data jumlah nasabah pada pengguna kartu kredit Bank Mandiri cabang Pematangsiantar sebagaimana pada Tabel 1. Data menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami fluktuasi, kadang-kadang naik atau sebaliknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara gaya hidup *achievers* dengan keputusan menggunakan kartu kredit pada nasabah pengguna kartu kredit Bank Mandiri.

Tabel 1. Jumlah Perkembangan Nasabah Pengguna Kartu Kredit Bank Mandiri Cabang Pematangsiantar 2011-2015

Tahun	Total	Pertumbuhan (%)
2011	25,786	-
2012	26,547	3.05%
2013	27,120	2.16%
2014	27,896	2.86%
2015	28,698	2.87%

Sumber: PT Bank Mandiri Cabang Pematangsiantar

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh antara gaya hidup pengguna dengan keputusan menggunakan kartu kredit pada Bank Mandiri cabang Pematangsiantar dengan menggunakan data dari tahun 2011-2015. Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini ialah mampu menunjukkan hubungan antara gaya hidup pengguna dengan keputusan untuk menggunakan kartu kredit. Hal ini akan mampu menjadi pertimbangan dalam penentuan strategi dari bank penerbit.

METODE

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Metode pengambilan dilakukan secara *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Kep_i = \alpha + \beta_1 Act_i + \beta_2 Int_i + \beta_3 Opn_i + \varepsilon_i$$

Dimana:

Kep ialah keputusan menggunakan kartu kredit

Act ialah *activities* atau kegiatan dari pengguna

Int ialah *interest* atau ketertarikan dari pengguna

Opn ialah *opinion* dari pengguna

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji instrumen yang pertama kali dilakukan oleh peneliti adalah uji validitas kuesioner. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang digunakan tepat mengukur apa yang sebenarnya diukur. Berikut ini, penulis menyajikan hasil pengujian validitas instrumen dari variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Variabel		Pearson Correlations	Ket
Q1	<i>Activities</i>	Gaya Hidup	0.659	Valid
Q2		<i>Achievers</i>	0.741	Valid
Q3		(X)	0.700	Valid
Q1	<i>Interest</i>		0.636	Valid
Q2			0.639	Valid
Q3			0.496	Valid
Q1	<i>Opinion</i>		0.576	Valid
Q2			0.650	Valid
Q3			0.447	Valid
Q1	Keputusan Konsumen (Y)		0.489	Valid
Q2			0.393	Valid
Q3			0.447	Valid

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen pada Tabel memperlihatkan bahwa instrumen penelitian yang dipakai dalam penelitian ini semuanya valid. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas data.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
<i>Activities</i> Gaya Hidup <i>Interest</i> (X) <i>Opinion</i>	0.876	8	Reliabel
Keputusan (Y) Konsumen	0.797	3	Reliabel

Sumber : Data Olahan

Dari hasil pengujian yang tersaji dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel adalah reliabel (*Cronbach's Alpha* minimal 0.6). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah akurat, stabil, dan konsisten sehingga dapat dipakai untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan tanggapan responden di atas, maka dapat pula penulis lakukan pengujian hipotesis pada variabel-variabel yang telah disusun sebelumnya, yaitu variabel gaya hidup (X) yang diduga mempunyai pengaruh dan hubungan yang positif dengan variabel terikat keputusan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh data-data sebagaimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2) dan F Hitung

Variabel Bebas	Koef. Korelasi (Parsial R)	Koef. Determinasi (Parsial R^2)	Sig
<i>Activities</i> (X1)	0.587	0.3446	0.0000
<i>Interest</i> (X2)	0.454	0.2061	0.0000
<i>Opinion</i> (X3)	0.574	0.3295	0.0000
<i>Multiple R</i>		0.647	
<i>R Square (R^2)</i>		0.419	
<i>Adjusted R Square</i>		0.400	
<i>Std Error of The Estimate</i>		1.503	

Sumber : Data Olahan

Tabel 4 memperlihatkan bahwa semua variabel bebas yaitu *activities* (X1), *interest* (X2), *opinion* (X3) mempunyai hubungan yang kuat dengan variabel terikat, keputusan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0.647. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut (*activities, interest, opinion*) secara bersama-sama mampu memberikan sumbangan (pengaruh) terhadap keputusan konsumen sebagai variabel terikat. Kemudian bila dilihat dari nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) yang sebesar 0.400, hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut memberikan sumbangan sebesar 40% terhadap variabel terikat keputusan konsumen. Sedangkan sisanya yaitu 60% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Hal ini memperlihatkan bahwa masih banyak faktor yang memengaruhi keputusan pengguna kartu kredit belum dimasukkan ke dalam model. Hal ini akan menjadi salah satu rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.

Untuk menguji apakah hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini yang mengatakan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan konsumen maka diperlukan suatu analisis varian (ANOVA) untuk menguji hipotesis-hipotesis tersebut secara bersama-sama (Uji-F). Selanjutnya untuk membuktikan apakah variabel bebas simultan mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan uji statistik F dengan ketentuan:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat

Tabel 5. Analisis Varian (ANOVA)

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
Regression	156.108	3	52.036	23.032	0.000 ^a
Residual	216.892	96	2.259		
Total	373.000	99			

Sumber: Data Olahan

Dari Tabel 5, dapat dilihat bahwa F hitung yang diperoleh adalah sebesar 23.03. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung yang sebesar 23.03 dengan signifikansi sebesar 0.00 tersebut ternyata lebih besar dari F tabel yaitu 3.93 pada tingkat keyakinan 5%. Maka dengan demikian terlihat bahwa F hitung > F tabel (23.03 > 3.93), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Oleh sebab itu, hipotesis yang mengemukakan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan kartu kredit Bank Mandiri dapat diterima.

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual dan juga melihat variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap variabel terikat. Hal ini dilakukan dengan ketentuan:

Jika t hitung > T tabel, maka terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat yang diteliti

Jika t hitung < T tabel, maka terdapat pengaruh yang lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat yang diteliti

Tabel 6. Analisis Koefisien

Model	Koef. Regresi	t hitung	t tabel	Sig
<i>Constant</i>	5.191	6.133	2.042	0.000
<i>Activities (X1)</i>	0.255	2.642	2.042	0.010
<i>Interest (X2)</i>	0.104	0.939	2.042	0.350
<i>Opinion (X3)</i>	0.296	3.288	2.042	0.001

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 6, maka ditemukan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\text{Kep} = 5.191 + 0.255 \text{ Act} + 0.104 \text{ Int} + 0.296 \text{ Opn}$$

Variabel *activities* (X1) dan *opinion* (X3) mempunyai pengaruh dan hubungan yang kuat dan positif terhadap variabel terikat keputusan konsumen. Sedangkan variabel *interest* (X2) mempunyai pengaruh dan hubungan yang lemah dengan keputusan konsumen. Diantara variabel yang mempunyai pengaruh dan

hubungan yang kuat dan positif terhadap keputusan konsumen, variabel *opinion* merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap keputusan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0.296 oleh sebab itu, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *activities* dan *opinion* mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan konsumen dapat diterima.

Pada pembahasan ini akan dijelaskan pengaruh variabel gaya hidup terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan kartu kredit, berdasarkan hasil temuan yang diperoleh. Berdasarkan rata-rata skor tanggapan responden terhadap keputusan menggunakan kartu kredit, disimpulkan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan kartu kredit tetapi tidak terlalu berperan terhadap keputusan.

Dilihat dari skor tanggapan responden untuk *activities*, disimpulkan bahwa responden memilih menggunakan kartu kredit dikarenakan dengan adanya kartu kredit dapat menghemat waktu mereka, selain itu dengan adanya kartu kredit membuat mereka lebih mudah bertransaksi, tidak membutuhkan waktu yang lama dan tidak perlu membawa uang kemana-mana dalam jumlah yang banyak.

Sedangkan dilihat dari skor *interest*, disimpulkan bahwa responden memilih menggunakan kartu kredit dikarenakan dengan adanya kartu kredit dapat membantu keuangan mereka yang sedang berkurang karena berbelanja dengan menggunakan kartu kredit dapat memenuhi kebutuhan dengan berhutang terlebih dahulu, setelah mendapat gaji/pendapatan barulah mereka membayarnya, selain itu kartu kredit dinilai sangat sesuai dengan gaya hidup yang mereka hadapi.

Dan apabila dilihat dari skor *opinion*, disimpulkan bahwa responden memilih menggunakan kartu kredit dikarenakan dengan adanya kartu kredit sangat sesuai dengan gaya hidup *achievers* mereka yang menilai bahwa dengan adanya kartu kredit dapat menunjukkan kesuksesan mereka dalam berkarir karena bagi kaum *achievers* kesuksesan dalam berkarir adalah yang terutama, selain itu dengan memiliki kartu kredit dapat mempertahankan gengsi di antara rekan sekerja mereka karena itu dapat dinilai sebagai tingkatan dari pekerjaan mereka, orang lain dapat menilai bahwa mereka sukses karena telah memiliki kartu kredit.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan

bahwa secara umum menunjukkan bahwa gaya hidup *achievers* (*activities, interest and opinion*) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kartu kredit Bank Mandiri cabang Pematangsiantar. Dari hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel *activities* dan *opinion* memiliki pengaruh lebih kuat dibandingkan *interest* terhadap keputusan menggunakan kartu kredit. Hasil ini serupa dengan Alam (2006) bahwa ada hubungan positif antara gaya hidup *achievers* dan minat menggunakan kredit. Semakin tinggi kecenderungan gaya hidup *achievers* maka semakin tinggi minat menggunakan kartu kreditnya. Sebaliknya semakin rendah kecenderungan gaya hidup *achievers* maka semakin rendah minat menggunakan kartu kreditnya. Hasil penelitian Sulistyawati (2006) bahwa terdapat tiga kelompok pemakai kartu kredit antara lain kelompok pemakai jarang, kelompok pemakai sedang dan kelompok pemakai sering. 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. Sebaliknya hasil penelitian Sinatrya (2014) bahwa tingkat pengeluaran kartu kredit berpengaruh negatif secara signifikan terhadap pembayaran, sedangkan tingkat pendapatan pengguna dan suku bunga kartu kredit memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap pembayaran tagihan kartu kredit.

Jati (2015) menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran pola konsumsi pada kelas menengah Indonesia. Semula dari pemenuhan kebutuhan hidup menjadi kebutuhan simbolis. Hal ini disebabkan adanya pengejaran terhadap identitas dan gaya hidup pada kelas menengah Indonesia, penggunaan uang elektronik secara tidak langsung memengaruhi pola transisi konsumsi tersebut. Hal serupa turut pula disampaikan oleh Kristianti (2014), dimana kartu kredit syariah sekalipun dapat menyebabkan timbulnya sikap konsumtif atau pemborosan. Juliastuti, dkk (2016) menerangkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap keinginan berbelanja (*impulse buying*) oleh konsumen dengan menggunakan kartu pembayaran elektronik. Secara psikologi, konsumen akan lebih cenderung membelanjakan uangnya lebih banyak dengan media pembayaran non-tunai dibandingkan dalam bentuk tunai (Ramadani, 2016).

SIMPULAN

Penelitian ini telah melihat sejauh mana pengaruh variabel gaya hidup terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kartu kredit Bank Mandiri cabang Pematangsiantar. Dan keseluruhan hasil penelitian tersebut akan disimpulkan sebagai berikut: secara umum variabel gaya hidup (*activities, interest, and opinion*) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kartu kredit Bank Mandiri cabang Pematangsiantar. Hasil ini berimplikasi bahwa pihak yang mengeluarkan kartu kredit yaitu Bank Mandiri cabang Pematangsiantar sebaiknya membuat perubahan baru pada kartu kredit dan memberikan pelayanan serta kenyamanan yang lebih baik kepada para nasabah agar jumlah nasabah pemakai kartu kreditnya meningkat setiap tahunnya. Hasil ini juga berimplikasi bahwa pihak pemakai kartu kredit sebaiknya memperhatikan penggunaan kartu kredit tersebut harus benar-benar sesuai dengan pendapatan yang diterima bukanlah hanya sekedar mengikuti kemauan dari diri sendiri (gaya hidup).

PUSTAKA ACUAN

- Alam, V.S.P. (2006). Hubungan Antara Gaya Hidup Achievers dengan Minat Menggunakan Kartu Kredit Pada Pegawai Wanita Sekretariat Daerah Propinsi Jawa Tengah. (*Skripsi Tidak Dipublikasikan*). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jati, W.R. (2015). *Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia*. *Jurnal Sosioteknologi*. Vol. 14 (2): 102-112.
- Juliastuti, A., N. Hasanah, & Faizah. (2016). Kepemilikan Kartu Pembayaran Elektronik Tidak Memoderasi Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Mediapsi: Jurnal Psikologi*. Vol. 2 (2): 1-7.
- Kristianti, D.S. (2014). Kartu Kredit Syariah dan Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Ahkam*. Vol. XIV (2): 287-296.
- Lubis, A.H., & I. Lubis. (2012). Analisis Perilaku Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Kartu Kredit di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1 (1): 22-35.

- Lestari, B.A., B. Suharjo, & I. Muflikhati. (2017). Minat Kepemilikan Kartu Kredit (Studi Kasus Kota Bogor). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. Vol 3 (1): 143-151.
- Rahmadiana, W. (2013). Analisis Permintaan Kartu Kredit di BNI Card Center Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol 1 (10): 1-7.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP*. Vol 8 (1): 1-8.
- Razati, G. & R. Ruhimat. (2008). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Pengguna Kartu Kredit BNI (Survei pada Dosen FPIPS UPI Pengguna Kartu Kredit BNI'46). *Jurnal Strategic*. Vol 7 (14): 16-30.
- Rimenda, T. & R. Listiawati. (2013). Pengaruh Diskon dan Penggunaan Kartu Kredit Terhadap "Compulsive Buying". *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*. Vol 1 (1): 56-60.
- Sinatrya, H.A. (2014). Pengaruh Tingkat Pengeluaran Kartu Kredit, Tingkat Pendapatan Pengguna Kartu Kredit dan Suku Bunga Terhadap Tingkat Pembayaran Tagihan Kartu Kredit di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*. Vol 2 (4): 311-320.
- Sulistiyawaty, R. (2006). Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Kartu Kredit di Wilayah DKI Jakarta. (*Skripsi Tidak Dipublikasikan*). Jakarta: Universitas Gunadharma.
- Sumarto, A. Subroto, & A. Arianto. (2011). Penggunaan Kartu Kredit dan Perilaku Belanja Kompulsif: Dampaknya pada Risiko Gagal Bayar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 6 (1): 1-7.
- Melia & N.W.S. Suprati. (2014). Hubungan Karakteristik Demografi dan Gaya Hidup dengan Perilaku Penukaran *Point Reward* Kartu Kredit di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. Vol 3 (11): 3240-3256.
- Wahyuni & Pranoto. (2013). Pelayanan dan Orientasi Pelanggan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Kartu Kredit BCA. *E-Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 1 (1): 1-23.