

PENGARUH PERSEPSI RESIKO, PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN GAYA HIDUP YANG DIANUT TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN KARTU KREDIT

Yennida Parmariza dan Septiani Juniarti
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
ekaparma@yahoo.com,

ABSTRACT

This research aims to know influence of perceived risk, perceived benefit and life style on behavior of using credit card by card holders. This object for this research is in Mercu Buana University, especially for lecturers on Faculty of Economic and Business. The sampling technique used purposive sampling and type of causal research method. Hypothesis testing using Partial Least Square (PLS) with the both of method Cronbach's Alpha and Composite Reliability. The result of this research show that perceived risk variable gives significant influence towards the behavior of using the credit card, Therefore, the early assumption is accepted. In the other way, perceived benefit dan life style has not influence toward the behavior of using credit card. So, There are two independent variable does not support the hypothesis and one independent variable support the hypothesis.

Keywords: *perceived risk, perceived benefit, life style, behavior of using*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi resiko, persepsi kebermanfaatan dan gaya hidup yang dianut terhadap perilaku penggunaan kartu kredit. Objek penelitian adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Sampel penelitian terdiri dari 80 orang responden yang terdiri dari dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan menggunakan jenis penelitian kausal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable persepsi resiko memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan kartu kredit, sedangkan variable persepsi kebermanfaatan dan gaya hidup yang dianut tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan kartu kredit. Oleh karena itu, hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat satu variable bebas yang mendukung hipotesis dan dua variable bebas yang tidak mendukung hipotesis.

Kata kunci: *persepsi resiko, persepsi kebermanfaatan, gaya hidup, perilaku penggunaan*

PENDAHULUAN

Ritme kehidupan masyarakat perkotaan yang penuh dengan kesibukan dan irama hidup yang cepat membuat orang cenderung menginginkan segala sesuatu yang cepat, mudah, dan praktis termasuk untuk transaksi pembelian mereka. Fenomena ini oleh pihak bank selaku institusi penerbit kartu kredit dijadikan acuan untuk menawarkan kepraktisan dan keamanan dalam berbelanja.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merilis bahwa tren penggunaan kartu kredit akan selalu meningkat dari tahun ke tahun. Kartu kredit sudah memiliki pangsa pasarnya sendiri dan akan semakin meluas dalam masyarakat. Data bank Indonesia mencatat selama tahun 2011 jumlah kartu kredit yang beredar di Indonesia adalah sebanyak 14 juta kartu, jumlah ini terus meningkat hingga pada Agustus tahun 2012 jumlah kartu kredit yang beredar mencapai 15 juta kartu. Hal ini menunjukkan minat penggunaan kartu kredit terus meningkat setiap tahunnya.

Fenomena yang akhir-akhir ini terlihat nyata di depan mata adalah makin berkembangnya sifat konsumtif konsumen terhadap barang-barang konsumsi. Kemajuan perkembangan bidang teknologi dan informasi membuat orang merasa membutuhkan semua barang yang ditawarkan oleh produsen, makin berkembangnya sikap konsumtif masyarakat ini didukung dengan kemudahan transaksi pembayaran yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga pembiayaan seperti bank. Kartu kredit makin mudah didapatkan dan juga makin mudah digunakan. Implikasi buruknya adalah makin mudahnya orang berbelanja, makin berkembangnya sikap konsumtif dan semakin sulitnya orang membedakan antara mana yang merupakan keinginan dan mana yang merupakan kebutuhan dalam hidupnya.

Bagi konsumen yang bijak dan paham akan fungsi dan kegunaan kartu kredit yang sebenarnya, mereka cenderung menjadikan kartu kredit sebagai pengganti uang tunai, dimana kartu kredit mereka manfaatkan dengan baik untuk membayar segala keperluan dan transaksi bulanan mereka, seperti untuk membeli kebutuhan bulanan, membayar tagihan asuransi, tagihan listrik, tagihan cicilan kendaraan dan sebagainya, dan kemudian akan membayar semua tagihan tersebut di bulan mendatang secara tunai sebelum datangnya tanggal jatuh tempo, sehingga mereka akan terhindar dari beban bunga dan denda keterlambatan. Namun, akan berbeda halnya dengan tipe konsumen yang tidak bijak menggunakan kartu kreditnya, dimana kartu kredit dianggap sebagai fasilitas yang bisa bebas mereka manfaatkan untuk membeli apapun yang mereka mau, dan saat tagihan datang mereka tidak mampu membayar penuh semua tagihan tersebut, sehingga mereka terkena beban bunga (*interest*), denda keterlambatan (*late charges*) dan biaya kelebihan penggunaan pemakaian kartu (*over limit fee*). Masalah-masalah seperti inilah yang nantinya membuat konsumen tersebut seperti berada dalam lingkaran setan kartu kredit, dimana utang sepertinya tidak selesai-selesai dan cenderung bertambah walaupun kartu kredit tersebut sudah tidak digunakan lagi.

Agar peneliti mempunyai arah yang jelas, maka ditetapkanlah tujuan penelitian sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi resiko terhadap perilaku penggunaan kartu kredit; (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap perilaku penggunaan kartu kredit; (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku penggunaan kartu kredit

Manfaat Penelitian: (1) Penelitian ini disusun secara sistematis dan metodologis berdasarkan norma-norma penelitian, secara umum dimaksudkan agar memiliki kontribusi ilmiah. Dengan demikian diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang tertarik meneliti tentang fenomena penggunaan kartu kredit di Indonesia. (2) Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi bagi perusahaan penerbit kartu kredit sebagai dasar pertimbangan dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis kartu kredit mereka di Indonesia.

KAJIAN TEORI

Persepsi Resiko (*Perceived Risk*)

Teori mengenai persepsi resiko (*perceived risk*) sudah digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen sejak tahun 1960. Peter dan Ryan (1976) dalam Lee (2009) mendefinisikan bahwa persepsi resiko merupakan subyektivitas atas kerugian, begitu juga Featherman dan Pavlou (2003) juga mendefinisikan bahwa persepsi resiko sebagai kemungkinan kerugian/kehilangan saat memperoleh suatu hasil. Cunningham (1967) juga mendefinisikan bahwa persepsi resiko adalah sejumlah kerugian yang merupakan konsekuensi suatu kegiatan yang tidak menguntungkan dan merupakan kepastian dari perasaan subjektif individu atas konsekuensi kerugian.

Dari pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi resiko merupakan persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa.

Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Benefit*)

Persepsi kebermanfaatan (*perceived benefit*) menurut Ho (2002) dalam Lee (2009) mendefinisikan bahwa persepsi kebermanfaatan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu manfaat secara langsung dan manfaat secara tidak langsung. Manfaat secara langsung merupakan manfaat secara nyata oleh pemilik kartu kredit tersebut. Sebaliknya, manfaat secara tidak langsung merupakan manfaat yang tidak dapat diukur atau tidak nyata. Lee (2008) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap niat individu dalam penggunaan internet banking. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009) yang menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap niat individu melakukan trading secara *online*. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Kim et al (2007) yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap niat individu untuk membeli dengan menggunakan layanan *e-commerce*.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut.

Gaya Hidup

Menurut Marolla (2013), gaya hidup merupakan pola atau nilai tertentu yang dianut oleh masyarakat dalam berinteraksi dengan lingkungannya serta bagaimana cara mereka untuk mengekspresikannya dalam bentuk perilaku. Gaya hidup diartikan sebagai "bagaimana seseorang hidup". Solomon (2013) mengatakan "*lifestyle defines a pattern of consumption that reflect a person's choice of how to spend her times and money*". Artinya, gaya hidup adalah bagaimana mereka suka menghabiskan waktu luang mereka dan bagaimana memilih untuk menghabiskan pendapatan mereka.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup (*lifestyle*) merupakan suatu pola hidup seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan waktunya yang berhubungan dengan tindakan mereka sehari-hari dan bagaimana tentang pandangan mereka akan dunia luar maupun diri mereka sendiri. Ternyata gaya hidup ini memiliki korelasi yang kuat dengan jenis pekerjaan, posisi dalam organisasi dan tingkat pendapatan (Nitisusantro).

Alat Ukur Gaya Hidup

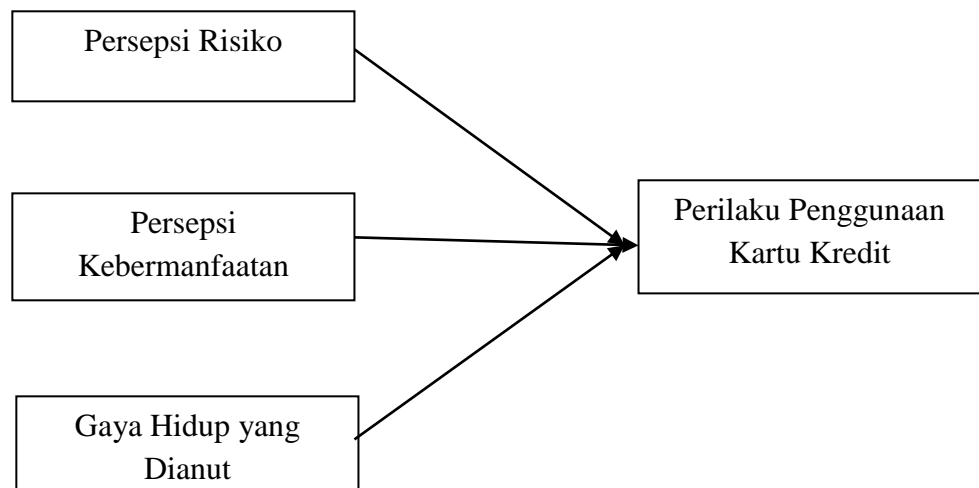
Alat ukur memiliki beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur gaya hidup konsumen, atau disebut juga dengan psikografis (Hasibuan, 2010). Psikografis memberikan pengukuran kuantitatif dengan menggunakan sampel sebagai alat penelitiannya.

Dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. *Aktivitas (Activities)*. Meliputi apa yang dilakukan konsumen dalam kehidupannya sehari-hari, apa yang dibeli dan bagaimana konsumen menghabiskan waktunya.
2. *Minat (Interest)*. Meliputi bagaimana konsumen memilih sesuatu yang dianggap penting (preferensi dan prioritas) baginya dan hal ini berkaitan dengan motivasi
3. *Opini (Opinion)*. Merupakan pendapat atau pandangan konsumen atas apa yang dirasa terhadap dirinya atau orang lain, serta terhadap lingkungan sekitarnya yang dapat dihubungkan dengan persepsi. Persepsi disini meliputi proses dari individu mengatur dan menginterpretasikan informasi yang ditangkap atau dicerna oleh sensor mereka yang memunculkan dampak pada nilai, pengalaman, pendidikan, dan lainnya.

Menurut Salomon (2013) penelitian tentang gaya hidup dapat menggunakan dua dari tiga dimensi pertama dari psikografis diatas yang sering disebut *AIO Inventory (Activities, Interest, Opinion)* yang digunakan untuk mengukur gaya hidup konsumen pada kelompok individu. Pengukuran ini dapat dilakukan secara makro (merefleksikan bagaimana individu hidup secara umum) maupun secara mikro (menjelaskan sikap dan perilaku individu terhadap suatu produk atau aktivitas tertentu).

Rerangka Konseptual dan Hipotesis



Gambar 1. Rerangka Konseptual

Berkenaan dengan rerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi resiko berpengaruh terhadap perilaku penggunaan kartu kredit
2. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan kartu kredit
3. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku penggunaan kartu kredit

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kausal. Penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variable bebas dan variable terikat. Dalam penelitian ini ada sekitar lebih kurang 80 orang dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang menggunakan kartu kredit dari berbagai bank, dan setelah kuesioner peneliti bagikan. Ternyata hanya ada 50 orang dosen yang mengembalikan kuesioner tersebut dan datanya bisa diolah. Sehingga 50 kuesioner inilah yang penulis lanjutkan ke tahap tabulasi.

Dalam mengolah data penelitian ini, peneliti menggunakan alat statistik PLS (*Partial Least Square*) versi 3.0. Evaluasi model dalam PLS terdiri atas *inner model* dan *outer model*. *Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan realibilitas model. *Inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variable laten (Hartono 2011). Untuk menganalisis penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yaitu evaluasi *outer model* (model pengukuran) yang terdiri dari uji validitas (*validitas konvergen* dan *validitas diskriminan*) dan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, evaluasi *inner model* (model struktural) yang menggunakan R^2 dan nilai koefisien path atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model structural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Dari 50 orang responden yang dijadikan sampel penelitian, 9 orang berjenis kelamin laki-laki dan 41 orang berjenis kelamin perempuan, sedangkan dari karakteristik usia, sebanyak 24 orang responden berusia antara 40-50 tahun, sedangkan sisanya menyebar di rentang umur yang kurang dan lebih daripada itu.

Sementara itu, dari segi penghasilan, setengah dari total responden memiliki penghasilan antara Rp.5 juta hingga Rp.10 juta per bulan dan rata-rata pengeluaran mereka juga di kisaran antara Rp.5 juta- Rp.10 juta per bulan. Untuk item pertanyaan apakah responden memiliki lebih dari 1 kartu kredit, lebih dari setengah total sampel menjawab Iya.

Penelitian ini mencoba menganalisa variabel-variabel yang berkaitan dengan persepsi resiko, persepsi kebermanfaatan dan persepsi gaya hidup terhadap perilaku penggunaan kartu kredit. Berdasarkan hasil penelitian pada seluruh dosen, baik dosen tetap maupun dosen tidak tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang menggunakan kartu kredit dari berbagai bank, telah diperoleh hasil perhitungan pengolahan data menggunakan PLS, hasil yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

Persepsi resiko terhadap perilaku penggunaan kartu kredit (hipotesis 1) dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi resiko memberikan pengaruh positif terhadap perilaku individu dalam penggunaan kartu kredit.

1. Persepsi kebermanfaatan terhadap perilaku penggunaan kartu kredit (hipotesis 2) dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak memberikan pengaruh positif terhadap perilaku individu dalam penggunaan kartu kredit
2. Gaya hidup terhadap perilaku individu dalam penggunaan kartu kredit (hipotesis 3) dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup tidak memberikan pengaruh positif terhadap perilaku individu dalam penggunaan kartu kredit.

Berikut ini disajikan hasil uji terhadap semua variabel:

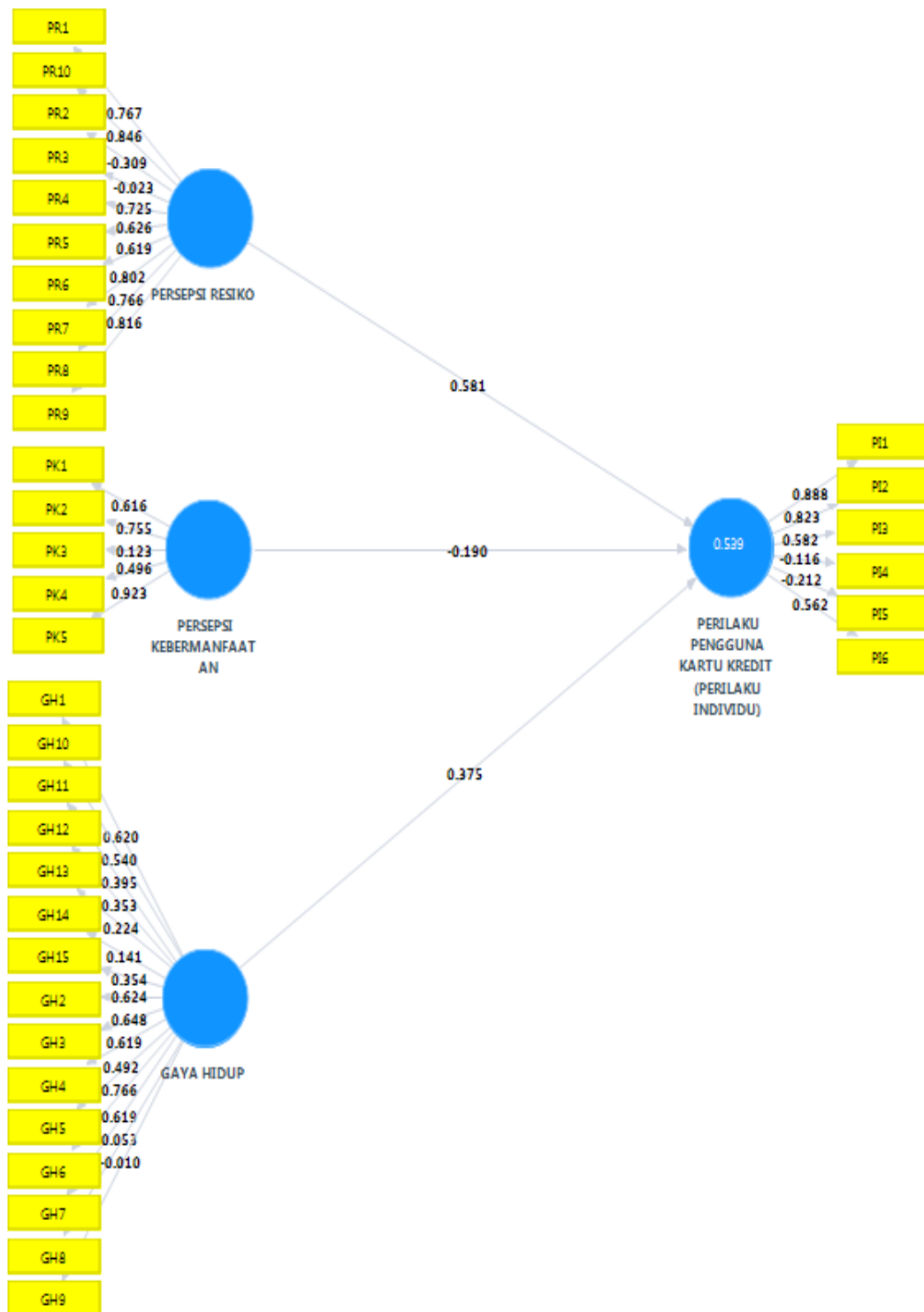


Diagram Jalur Model (Diagram Full Model)

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan SmartPLS 3.0

Tabel 1. Hasil Outer Loadings (Full Model)

	GAYA HIDUP	(PERILAKU INDIVIDU)	PERSEPSI KEBERMANFAATAN	PERSEPSI RESIKO
GH1	0.620			
GH10	0.540			
GH11	0.395			
GH12	0.353			
GH13	0.224			
GH14	0.141			
GH15	0.354			
GH2	0.624			
GH3	0.648			
GH4	0.619			
GH5	0.492			
GH6	0.766			
GH7	0.619			
GH8	0.053			
GH9	-0.010			
PI1		0.888		
PI2		0.823		
PI3		0.582		
PI4		-0.116		
PI5		-0.212		
PI6		0.562		
PK1			0.616	
PK2			0.755	
PK3			0.123	
PK4			0.496	
PK5			0.923	
PR1				0.767
PR10				0.846
PR2				-0.309
PR3				-0.023
PR4				0.725
PR5				0.626
PR6				0.619
PR7				0.802
PR8				0.766
PR9				0.816

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan SmartPLS 3.0

Dari Tabel 1 ada beberapa item pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria hasil kelayakan model maka dilakukan modifikasi. Bahwa terdapat beberapa indikator dengan nilai *standardized loading factor* di bawah 0,50 yaitu GH 11, GH 12, GH 13, GH 14, GH 15, GH 5, GH 3, GH 8, GH 9, GH 1, GH 10, GH 4, GH 7, P 14, P 15, P 13, PK 3, PK 4, PR 2, PR 3. Oleh karena itu, indikator tersebut akan dihilangkan dari konstruk. Berikut gambar hasil dari penghilangan indikator dan perhitungan kembali:

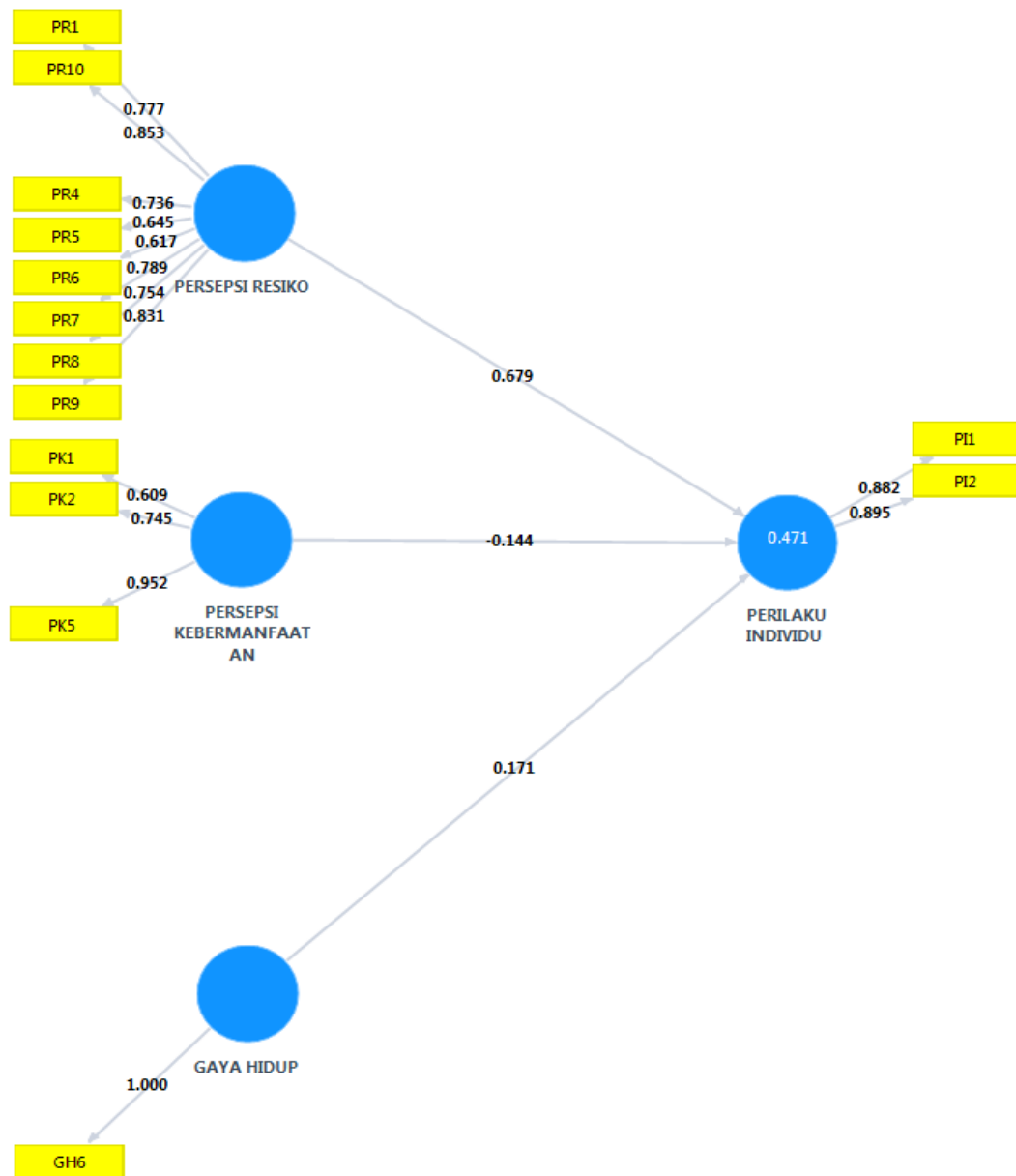


Diagram Jalur Model Struktural (Modifikasi)

Sumber : Hasil Pengolahan Data menggunakan SmartPLS 3.0

Uji Validitas

Suatu indikator dinyatakan valid jika memiliki *loading factor* diatas 0,50 terhadap konstruk yang dituju. Output Smart PLS untuk *loading factor* memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Semua Variable

	GAYA HIDUP	(PERILAKU INDIVIDU)	PERSEPSI KEBERMANFAATAN	PERSEPSI RESIKO
GH6	1.000			
PI1		0.882		
PI2		0.895		
PK1			0.609	
PK2			0.745	
PK5			0.952	
PR1				0.777
PR10				0.853
PR4				0.736
PR5				0.645
PR6				0.617
PR7				0.789
PR8				0.754
PR9				0.831

Hasil Pengolahan Data menggunakan SmartPLS 3.0

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa hasil modifikasi uji validitas dengan analisis faktor konfirmatori dapat diketahui bahwa terdapat indikator dengan *nilai Standardized loading factor* > 0,50, hal tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut dapat dianggap layak atau valid.

Hasil Uji Discriminant Validity

Discriminant validity dari model pengukuran (*outer model*) dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal itu menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya.

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity Kriteria Cross Loading

	GAYA HIDUP	PERILAKU INDIVIDU	PERSEPSI KEBERMANFAATAN	PERSEPSI RESIKO
GH6	1.000	0.456	0.452	0.516
PI1	0.451	0.882	0.374	0.565
PI2	0.362	0.895	0.349	0.617
PK1	0.323	0.086	0.609	0.427
PK2	0.272	0.158	0.745	0.507
PK5	0.443	0.466	0.952	0.669
PR1	0.413	0.506	0.539	0.777
PR10	0.384	0.509	0.714	0.853
PR4	0.283	0.447	0.564	0.736
PR5	0.248	0.275	0.473	0.645
PR6	0.354	0.455	0.294	0.617
PR7	0.536	0.702	0.463	0.789
PR8	0.412	0.510	0.527	0.754
PR9	0.363	0.437	0.662	0.831

Tabel 4. Hasil Uji Discriminant Validity Kriteria Fornell-Lacker

	GAYA HIDUP	PERILAKU INDIVIDU	PERSEPSI KEBERMANFAATAN	PERSEPSI RESIKO
GAYA HIDUP	1.000			
PERILAKU INDIVIDU	0.456	0.888		
PERSEPSI KEBERMANFAATAN	0.452	0.407	0.781	
PERSEPSI RESIKO	0.516	0.666	0.698	0.754

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan SmartPLS 3.0

Kriteria dalam *cross loading* adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstruksinya haruslah korelasinya lebih tinggi dengan konstruksinya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Sedangkan untuk kriteria Fornell-Lacker, untuk meyakinkan bahwa validitas discriminant, maka AVE untuk setiap variable laten harus lebih tinggi daripada R² dengan semua variable laten lainnya. Dengan demikian, masing-masing variable laten berbagi varian lebih dengan masing-masing blok indikatornya daripada dengan variable laten lainnya yang mewakili satu blok indikator yang berbeda. Untuk penilaian diskriminan validity dapat memilih salah satu kriteria hasil dari uji discriminant validity tersebut.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Perilaku Individu Penggunaan kartu kredit

Pengaruh antara Persepsi Resiko terhadap Perilaku Individu adalah signifikan dengan hasil nilai t-statistik sebesar 4.822 (>1,96). Dan Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0.679. Dengan demikian, hipotesis H1 dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Persepsi Resiko memberikan pengaruh positif terhadap Perilaku Individu dalam Penggunaan kartu kredit.

Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Perilaku Individu Penggunaan Kartu Kredit

Pengaruh antara Persepsi Kebermanfaatan terhadap Perilaku Individu adalah tidak signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 0.823 (<1,96). Dan Nilai *original sample estimate* adalah negatif yaitu sebesar -0.144. Dengan demikian, hipotesis H2 dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan tidak memberikan pengaruh positif terhadap Perilaku Individu dalam Penggunaan kartu kredit.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Individu Penggunaan Kartu Kredit

Pengaruh antara Gaya Hidup dengan Perilaku Individu adalah tidak signifikan dengan t-statistik sebesar 1.324 (< 1,96). Walaupun nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0.171 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara Gaya Hidup dengan Perilaku Individu adalah positif. Dengan demikian, hipotesis H3 dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa GayaHidup tidak memberikan pengaruh positif terhadap Perilaku Individu dalam penggunaan kartu kredit

PENUTUP

Simpulan

- 1.) Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi resiko memberikan pengaruh positif terhadap Perilaku Individu dalam Penggunaan kartu kredit. Artinya responden yakin bahwa ada berbagai macam resiko yang harus mereka tanggung saat mereka memutuskan untuk menggunakan kartu kredit.
- 2.) Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan tidak memberikan pengaruh positif terhadap Perilaku Individu dalam Penggunaan kartu kredit. Artinya responden merasa bahwa tanpa ada kartu kredit pun mereka merasa aman dan tidak merasakan kondisi yang *insecure*.
- 3.) Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup tidak memberikan pengaruh positif terhadap Perilaku Individu dalam penggunaan kartu kredit. Artinya responden tidak mempersepsikan kartu kredit itu sebagai instrument untuk menunjukkan gaya hidup mereka, tidak ada hubungan antara penggunaan kartu kredit dan gaya hidup buat mereka.

Saran

Saran untuk Pengguna Kartu Kredit

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti menyarankan agar pengguna kartu kredit memiliki sikap yang bijak dan hati-hati serta penuh perhitungan dalam menggunakan kartu kredit, karena bunga yang dikenakan sangat tinggi dan kurangnya toleransi pihak perbankan terhadap tunggakan kartu kredit.

Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai topik tentang persepsi kebermanfaatan, persepsi resiko dan gaya hidup terhadap perilaku penggunaan kartu kredit, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel agar lebih dapat memperkuat hasil penelitian dan peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variable yang lain seperti pengaruh *peer group*, pengaruh iklan dan peran *endorsement* dalam mempengaruhi perilaku penggunaan kartu kredit oleh masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Adamson, I&Shine, (2003) *Extending the New technology Acceptance Model to Measure to end user information systems satisfaction in a mandatory systems environment*
- Ahmad Fadlan Lubis, Irsad Lubis, (2012) Analisis Perilaku Masyarakat Muslim terhadap Penggunaan Kartu Kredit di Kota Medan, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Volume.1*
- Alex, Joji. (2007) Compulsive Buying Behaviour in Indian Consumer and it's impact on Credit Default. An Emerging paradigm. *Internal Journal of Marketing Conference on Marketing and Society, vol 6 no.1 pp: 1-8*
- Gurung, Anil. (2006) Empirical Investigation of the Relationship of Privacy, Security, and Trust with Behavioral Intention to Transact in E-Commerce. *Disertasi*. Arlinton:ProgramDoktor The University of Texas.
- Hartono, Jogiyanto, (2011) *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Model Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*, STIM YKPN, Yogyakarta

- Hawkins, D.I dan Mothersbaugh, D.L, (2010) *Consumer Behavior*. United States of America:Mc.Graw Hill
- [http://www.bi.go.id/Peraturan Bank Indonesia tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu](http://www.bi.go.id/Peraturan%20Bank%20Indonesia%20tentang%20Penyelenggaraan%20Kegiatan%20Alat%20Pembayaran%20dengan%20Menggunakan%20Kartu)
- <http://www.ylki.or.id/sekeping-kartu-bencana-atau-manfaat.html>
- Kim, Dan J., Ferrin, Donald L., dan Rao, H. Raghav. (2007) A Trust-Based Consumer Decision- Making Model In Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support System* Vol 44.
- Lee, Ming-Ching. (2009) Predicting and Explaining the Adoption of Online Trading: An Empirical Study in Taiwan. *Decision Support System*. Vol 47
- Marolla, S.F.H, (2013) Gambaran Komponen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone Blackberry dan Gaya Hidup Konsumen. *CALYPTRA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*
- Nitisusantro, H.Mulyadi, 2012, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta Bandung
- Norum, P.S, (2008) The Role of Time Preference and Credit Card Usage in Compulsive Buying Behaviour, *International Journal of Consumer Studies*, 32: 260-275
- Raghubir, P. Srivastava, J. (2008) Monopoly Money: The Effect of Payment Coupling and Form on Spending Behaviour. *Journal of Experimental Psychology*, 14, 213-225
- Rahma Fadilla, N, (2013) Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek CROCS (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi UNAND, *Jurnal Manajemen*
- Raveendran, J., Alex.N and P.T, (2008) Does Compulsive Buying Affect Credit Card Default? *The Journal of Business Perspective*, 12 : 23-32
- Risna Sulistyawati. Tanpa tahun. Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Kartu Kredit di Wilayah Jakarta. www.Gunaadrama.ac.id
- Sari Rochmawaty. Tanpa tahun. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Resiko, Persepsi Kebermanfaatan terhadap Niat penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Universitas Brawijaya*, Malang.
- Solomon, Michael.R, (2013) *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 10thed, Pearson Education
- Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Manajemen*, CV.Afabeta. Bandung