

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Haidar Shodiqin NIM : 212402, 2012, judul penelitian : Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Kredit Hasanah Card Bank BNI Syari'ah Cabang Semarang.

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui secara empiris pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card Bank BNI Syari'ah Cabang Semarang, (2) untuk mengetahui secara empiris pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card Bank BNI Syari'ah Cabang Semarang, dan (3) untuk mengetahui secara empiris pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card Bank BNI Syari'ah Cabang Semarang.

Data penelitian diambil berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden yang berjumlah 52 orang dari jumlah populasi 110 orang sebagai pengguna kartu kredit Hasanah Card Bank BNI Cabang Semarang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster sampling*, yaitu pengambilan sampel sebanyak dari unik populasi yang sifatnya homogeny dan diambil secara acak. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis (uji partial atau uji t dan uji simultan atau uji f).

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis tentang pengaruh promosi terhadap peningkatan keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang diterima, dikarenakan variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang. Terlihat  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,804 > 2,010$ ) yang berarti promosi mempunyai andil dalam mempengaruhi keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang. Sedangkan hipotesis tentang pengaruh kualitas layanan terhadap peningkatan keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang diterima, dikarenakan variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang. Terlihat  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,445 > 2,010$ ) yang berarti kualitas layanan mempunyai andil dalam mempengaruhi keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang. Dan yang terakhir, hipotesis tentang pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang diterima, dikarenakan variabel promosi dan kualitas layanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang. Terlihat  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $8,074 > 3,18$ ) yang berarti promosi dan kualitas layanan mempunyai andil dalam mempengaruhi keputusan pembelian kartu kredit Hasanah Card di BNI Syari'ah Cabang Semarang.

***Kata Kunci: Promosi, Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian***