BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Pesona Putra Perkasa *Outsource* Indonesia adalah perusahaan jasa outsourcing dengan pelayanan penyediaan tenaga kerja kontrak ataupun *head hunter (non outsource*). Segala proses kami Bebas Potongan Gaji, Asuransi dan Jamsostek Lengkap, On-Time Gajiannya, Transparan Segala Birokrasinya. Gagasan pendirian perusahaan ini karena di dorong oleh keprihatinan banyak nya pengangguran di kalangan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat.

Outsourcing atau alih daya merupakan proses pemindahan tanggung jawab tenaga kerja dari perusahaan induk ke perusahaan lain diluar perusahaan induk. Perusahaan diluar perusahaan induk bisa berupa vendor, koperasi ataupun instansi lain yang diatur dalam suatu kesepakatan tertentu. *Outsourcing* dalam regulasi ketenaga kerjaan bisa hanya mencangkup tenaga kerja pada proses pendukung *(non core business unit*) ataupun secara praktek semua lini kerja bisa dialihkan sebagai unit outsourcing.

Hampir setiap perusahaan yang ada saat ini memiliki dan akan terus mengembangkan lini outsourcingnya. Kecenderungan ini tidak hanya pada

perusahaan padat tenaga kerja (manufaktur, tekstil) tapi juga perusahaan high tech (banking), hingga large/small distribution company.

PT Pesona Putra Perkasa (PPP) di dirikan berdasarkan Akte Notaris Julius Purnawan SH, MSi pada tanggal 1 januari 2005 yang bergerak di bidang pengelolaan jasa tenaga kerja (outsourcing). Berpengalaman dalam mengelola jasa Outsourcing selama hampir 7 tahun. Pengelolaan perusahaan secara lebih fokus pada akar kompetensi dan bisnis menjadi salah satu modal kesuksesan dan kejayaan serta kelangsungan hidup bagi suatu perusahaan.

Penataan dan pengelolaan sumber daya manusia menjadi salah satu kunci dalam meminimalisasi resiko dan memenangkan kompetisi. alih daya (*outsourcing)* sdm adalah solusi brilian dalam wacana kembali fokus pada kompetensi bisnis inti.

PT Pesona Putra Perkasa perusahaan pengelola lebih dari 50 tenaga kerja menjadi mediator yang handal dalam mempertemukan dua kepentingan yang saling membutuhkan antara pemberi kerja dengan pencari kerja.

Outsourcing merupakan bentuk nyata dari prinsip fleksibelitas pasar kerja dan dapat ditemukan dihampir seluruh bagian dalam rangkaian proses produksi Selain itu outsoursing juga didefinisikan sebagai pengalihan sebagian atau seluruh pekerjaan dan atau wewenang kepada pihak lain guna mendukung strategi pemakaian jasa outsourcing baik pribadi, perusahaan divisi atau pun sebuah unit dalam perusahaan

seluruh industri baik kecil maupun skala besar yang dimiliki oleh para kapitalis melalukan praktek outsourcing. Ada beberapa alasan industri melakukan outsourcing yaitu:

1. Efisiensi kerja dimana perusahaan produksi dapat melimpahkan kerja-kerja operasional kepada perusahaan outsourcing
2. Resiko operasional perusahaan dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Sehingga pemanfaatan faktor produksi bisa dimaksimalkan dengan menekan resiko sekecil mungkin
3. Sumber Daya perusahaan yang ada dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan lain yang lebih fokus dalam meningkatkan produksi
4. Mengurangi biaya engeluaran (capital expenditure) karena dana yang sebelumnya untuk investasi dapat digunakan untuk biaya operasional
5. Perusahaan dapat mempekerjakan tenaga kerja yang terampil dan murah
6. kontrol terhadap buruh menjadi lebih baik.

Sebagai Perusahaan *Outsourcing*, PT Pesona Putra Perkasa didukung oleh tenaga yang berpengalaman, terlatih, terdidik, berdedikasi, dan dengan profesionalitas yang tinggi. PPP senantiasa menjalankan usaha dengan memenuhi komitmen, memberikan kepastian dan menjamin kepuasan bagi klien dan mitra usaha. Bersama - sama dengan klien dan mitra usaha, PPP berkomitmen untuk saling mendukung dalam memajukan usaha yang harmonis, dinamis sehingga dapat terwujud hasil yang optimal.

Ada pun beberapa perusahaan yang sudah bekerja sama dengan PT Pesona Putra Perkasa Bandung antara lain :

1. Bank UOB Buana Bandung
2. Bank Permata Bandung
3. Bank Standar Charted Bandung
4. Citi Bank
5. Bank BNI Bandung

Pada tanggal 1 juni 2010 PT pesona putra perkasa bekerja sama dengan PT Bank Negara Indonesia (BNI).

Bank negara indonesia ini merupakan perusahaan Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangut tentang bank, mencangkup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha. PT bank negara indonesia ini bekerja sama dengan PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Adapun Kartu kredit BNI dewasa ini bukan sekedar gaya hidup, tetapi merupakan kebutuhan bagi masyarakat modern untuk menunjang semua aktivitas dalam kehidupannya sehari-hari. Semua keperluan bisnis maupun pribadi, mulai dari membiayai perjalanan dinas, menjamu klien hingga biaya kelahiran si kecil, belanja kebutuhan harian atau berlibur bersama keluarga tercinta, dapat di penuhi oleh Kartu Kredit BNI.

Dengan akseptasi yang luas di seluruh dunia, Kartu Kredit BNI memberikan makna pada setiap transaksi. Ada Dua pilihan produk Kartu Kredit

BNI—VISA atau MasterCard—memberi jaminan penerimaan transaksi di jutaan tempat perbelanjaan diseluruh dunia. Kartu Kredit BNI juga dapat memberikan solusi pengeluaran kantor Anda dengan lebih efisien dengan BNI VISA Corporate Card.

Anda yang menjadi almamater perguruan tinggi atau anggota dari institusi non profit, dapat menunjukkan jati diri Anda sekaligus memberikan kontribusi bagi institusi tersebut dengan memiliki Kartu Kredit Affinity.

Nikmati berbagai fasilitas dan layanan produk kartu kredit dari Bank BNI:

a. BNI MasterCard
b. BNI VISA
c. BNI VISA Corporate Card

Dengan persyaratan yang mudah dan serta bunga yang ringan hanya **2,95%** per bulan, Kartu Kredit BNI merupakan pilihan yang tepat untuk kemudahan transaksi Anda sehari–hari.

❖ Adapun beberapa macam dari kartu kredit BNI tersebut adalah:

1) BNI Visa Biru
2) BNI Visa Mastercard
3) BNI Visa Emas
4) BNI Mastercard Emas
5) BNI Visa Platinum
6) BNI Style Titanium

Kartu kredit BNI merupakan alat utuk mempermudah transaksi di kehidupan sehari-hari adapaun fasilitas dan kemudahan dari kartu kredit BNI Reguler adalah sebagai berikut:

a. Di terima di seluruh dunia
b. Kemudahan pembayaran
c. Smart spending
d. Smart mobile
e. Point reward
f. Teletravel
g. E-billing
h. Executive lounge

❖ Adapun keunggualan dari katu kredit BNI- Lotte Mart adalah sebagai berikut:

1. Cash Back

   Cashback 3% untuk setiap transaksi belanja di Lotte Mart dan tambahan 0,5% cash back untuk transaksi smart spending di Lotte Mart.

2. Additional Discount

   Discount 5% untuk produk private brand Lotte Mart.

3. Point Reward

   Untuk setiap transaksi belanja sebesar Rp. 2.500 dan kelipatan nya dengan menggunakan kartu kredit BNI-Lotte Mart, anda berhak mendapatkan point reward yang dapat di tukar dengan beragai hadiah menarik.

4. Free Shooping Experience

   Semaki anda sering bertransaksi makin besar kesempatan untuk menikmati belanja gratis di Lotte Mart.

5. Smart Spending

   Transaksi belanja anda (minimal transaksi tertentu)dapat dicicil 3,6,9,12,18 atau 24 bulan menggunakan cicilan tetap smart spending setiap bulannya dengan bunga ringan.

6. Free Annual Fee (Iuran Tahunan)

   Free annual tanpa syarat untuk tahunan pertama

7. Diterima Di Seluruh Dunia

   Kartu kredit BNI-lotte mart ada diterima di seluruh tempat usaha bertanda CIRRUS di seluruh dunia.

❖ Adapun syarat-syarat umum permohonan kartu kredit BNI- Lotte Mart adalah:

Tabel 4.1

Informasi Persyaratan Aplikasi Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

Keterangan	**Persyaratan**
Pengasilan Minimum	Rp 3 juta / bulan
Usia Minimum Kartu Utama	20 tahun
Usia Minimum Kartu Tambahan	17 tahun
Usia Maksimum	60 tahun

Sumber : Formulir Aplikasi Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

- Adapun informasi persyaratan dokumen kartu kredit BNI- Lotte Mart adalah sebagai berikut:

    a. Fotokopi KTP / Paspor
    b. Bukti Penghasilan
    c. Fotokopi Akte
    d. Pendirian /SIUP/TDP
    e. Surat Ijin Profesi

- Adapun informasi biaya kartu kredit BNI- Lotte Mart adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1.1

Informasi Biaya Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

Jenis Biaya	**Keterangan**
Kartu utama	120.000
Kartu tambahan	60.000
Bunga belanja	3,25%
Bunga penarikan tunai	4%

Sumber: Formulir Aplikasi Kartu Kredit BNI- Lotte Mart

Visi Dan Misi PT Pesona Putra Perkas Bandung

Visi menjadikan PT Pesona Putra Pusaka Bandung sebagai perusahaan outsorcing yang kuat, dan menguntungkan dengan didukung oleh sumber daya manusia yang professional dan menjungjung tinggi nilai-nilai idealism serta kebersamaan.

Dan adapun Misi dari PT Pesona Putra Perkasa Bandung antara lain :

a. Mendorong terciptanya iklim kerja yang motivatif dan inovatif untuk mendukung proses bisnis internal perusahaan yang efektif dan efisien,
b. Menyediakan pelayanan jasa buruh yang berkualitas sebagai wujud partisipasi dalam pembangunan nasional melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.
c. Meningkatkan produktivitas dan peningkatan kesejahteraan dan peningkatan kualitas pelayanan.

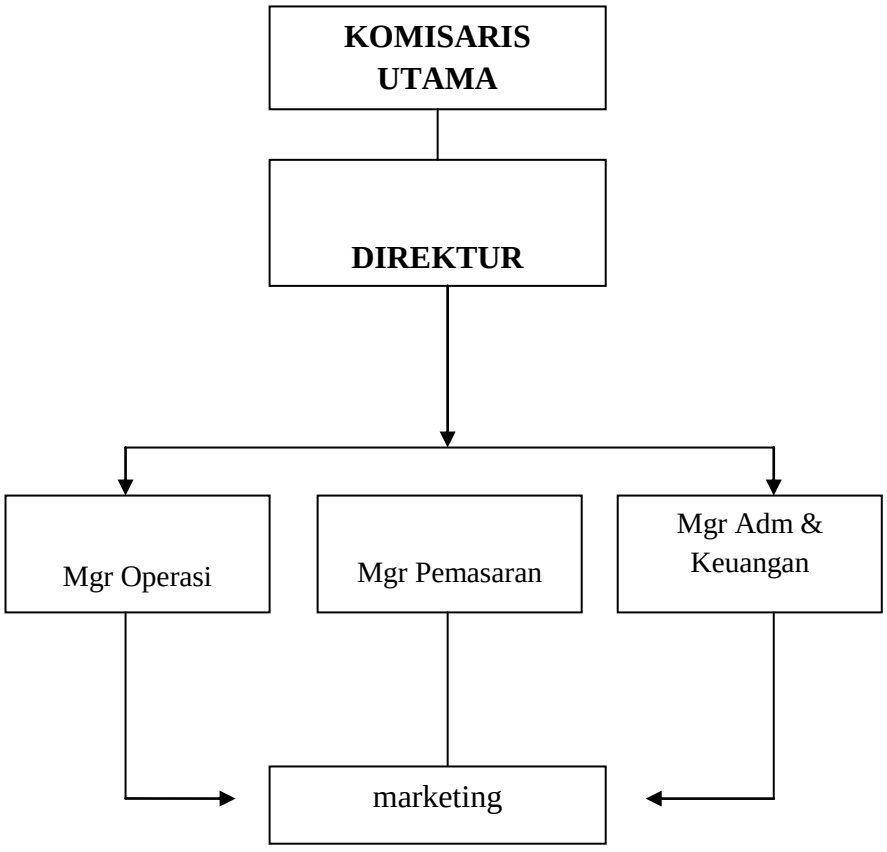
4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah pola tata kerja dan wewenang yang ada dalam setiap perusahaan. Struktur organisasi biasanya digambarkan dalam bagan struktur organisasi. Setiap bagian dalam struktur organisasi PT Pesona Putra Perkasa mempunyai tugas dan kewajiban masing-masing. Di bawah ini adalah gambar Bagan Struktur Organisasi yang diterapkan pada PT Pesona Putra Perkasa, berikut tugas dan kewajiban masing-masing bagian.

Di bawah ini adalah struktur organisasi PT. Pesona putra perkasa

Gambar 4.1

STRUKTUR ORGANISASI PT PESONA PUTRA PERKASA BANDUNG



Sumber: PT Pesona Putra Perkasa Bandung

Seluruh tenaga pendukung mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya dalam mendukung seluruh kegiatan perusahaan baik marketing, operasional, keuangan, dan lain-lain.

Adapun tata kerja dari struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

4.1.3 Deskripsi Jabatan

Untuk menunjang efektifitas dan efisien dalam menjalankan tugas maka disusunlah suatu struktur organisasi perusahaan, untuk mempermudah dalam pengendalian tugas pokok pegawai dalam bidang pemasaran yang akan diuraiakn seperti dibawah ini :

- **Komisaris**

  Tugas dan kewajiban bagi komisaris adalah:

  a. Melaksanakan pengawasan terhadap Direksi dalam mengelola perusahaan
  b. Memberikan persetujuan atas rencana kerja dan anggaran tahunan perusahaan
  c. Melaksanakan tugas khusus sesuai peraturan perundangan yang berlaku
  d. Meneliti laporan tahunan yang disiapkan oleh Direksi.

- **Direktur**

  Tugas dan kewajiban direktu adalah:

  a. Memformulasikan strategi perusahaan untuk mencapai visi peruasahaan yang telah digariskan oleh Dewan Komisaris.

b. Memimpin Dewan Direksi dalam membuat perencanaan perusahaan baik jangka pendek maupen jangka menengah.
c. Memimpin Dewan Direksi dalam menjalankan kegiatan perusahaan sehari-hari.
d. Mengawasi secara langsung direktur keuangan.
e. Membuat laporan bulanan kepada Dewan komisaris mengenai evaluasi kegiatan usaha perusahaan dibandingkan dengan target-targetnya, serta masalah-masalah yang dihadapi berikut dengan strategi untuk mengatasinya.

❖ **Manajer Pemasaran**

Tugas dan kewajiban manager pemasaran adalah:

a. Bertanggung jawab kepada perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta pengembangan bidang pemasaran sesuai dengan sasaran atau misi perusahaan yang telah ditetapkan.
b. Bertanggung jawab atas terjaminnya efektivitas kerjasama tim pemasaran dan unit-unit lainnya yang menjadi turutan agar secara keseluruhan berjalan secara efektif dan efisien.
c. Membangun jaringan dengan mitra-mitra terbaik untuk mendukung dan memperluas penguasaan pasar domestik dan internasional dengan kompetensi pelayanan jasa forwarder dengan keunggulan daya saing secara baik.
d. Bertanggung jawab atas terreliasasinya rencana bisnis yang telah disepakati sebagai tahapan terwujudnya visi dan misi perusahaan.

❖ **Manajer Operasi**

Tugas dan kewajiban manajer operasi adalah:

a. Bertanggung jawab kepada perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta pengembangan bidang operasi agar berjalan secara optimal, baik operasi maupun dalam pengendalian mutu produk.
b. Bertanggung jawab atas terjaminnya efektivitas kerjasama tim bidang operasi dan unit-unit lainnya yang menjadi turutan agar secara keseluruhan berjalan secara efektif dan efisien.
c. Bertanggung jawab atas tereliasasinya Rencana Bisnis Tahunan dan menyusun Rencana Bisnis Jangka Panjang perusahaan.
d. Bertanggung jawab terhadap evaluasi kinerja bisnis bidang operasi dan perencanaan pengembangan bisnis perusahaan ke depan.
e. Bertanggung jawab atas terselenggaranya proses pembentukan unit operasi yang efisien dan efektif dengan mengimplementasikan "*Activity-Based Costing".*
f. Menjamin kelancaran terwujudnya kerjasama tim antar bagian yang menjadi tanggung jawabnya dengan unit-unit lainnya yang terkait secara optimal.

❖ **Manajer Administrasi dan Keuangan**

Tugas dan kewajiban manajer admistrasi dan keuangan adalah:

a. Merintis dan membangun relasi dengan lembaga atau institusi keuangan untuk memperoleh dukungan modal bagi pengembangan bisnis perusahaan.

b. Bertanggung jawab kepada perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta pengembangan bidang keuangan, bidang pengembangan SDM, bidang *procurement*, dan bidang administrasi pada umumnya.
c. Bertanggung jawab atas terreliasasinya Rencana Bisnis Tahunan dan menyusun Rencana Bisnis Jangka Panjang perusahaan.
d. Bertanggung jawab terhadap evaluasi kinerja bisnis dan perencanaan pengembangan bisnis perusahaan ke depan.
e. Bertanggung jawab atas terselenggaranya proses pembentukan "*Company Culture"* dan "*Company Value"* yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
f. Bertanggung jawab atas terreliasasinya rencana bisnis yang telah disepakati sebagai tahapan terwujudnya visi dan misi perusahaan.
g. Menjamin kelancaran terwujudnya kerjasama tim antar bagian yang menjadi tanggung jawabnya dengan unit-unit lainnya yang terkait secara optimal.

❖ **Marketing**

Tugas dan kewajiban marketing adalah :

Marketing bertanggung jawab dalam melaksanakan dan melaporkan aktifitas *merchandising,* melaksanakan promotion penjualan , menawarkan kartu kredit BNI dan membangun *goodwill* pada trade, salesman, dan konsumen, membuat laporan kegiatan harian dan mingguan.

4.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan kuesioner yang dibagikan secara acak kepada nasabah kartu kredit BNI – Lotte Mart dijalan peta , penulis memperoleh informasi mengenai profil responden. Dengan menggunakan data primer yang dihasilkan kuesioner diperoleh data pribadi responden dalam kaitan dengan pelaksanaan promosi penjualan kartu kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung. Adapun data pribadi responden meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan besarnya biaya pengeluaran perbulan.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	**Frekuensi (f)**	**Persentase**
Laki-laki	**59**	**59%**
Wanita	41	41%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, Juni 2012

Dari hasil penelitian terhadap 100 orang responden, tabel 4.2 diatas menunjukan bahwa sebesar 59% terdiri dari laki-laki dan 41% responden wanita. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-

laki hal ini disebabkan mayoritas konsumen atau nasabah yang berbelanja dan melakukan apply aplikasi kartu kredit BNI-Lotte Mart banyak nya 59%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table 4.3

Tabel 4.3

Usia Responden

Usia	**Frekuensi (f)**	**Persentase**
< 25	-	-
26 - 35	**40**	**40%**
36 - 45	38	38%
46 – 55	20	20%
> 55	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, Juni 2012

Dari table 4.3 diatas, dapat di ketahui bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai kelompok usia. Sebesar 40% usia antara 26 - 35 tahun, sebesar 38% usia antara 36 – 45 tahun, sebesar 20% usia antara 46 – 55 tahun, sebesar 2% usia antara 46 – 55 tahun, < 25 tahun tidak terdapat. Hal ini menunjukan mayoritas usia responden dalam penelitian ini adalah 26 – 35 tahun, hal ini disebabkan mayoritas konsumen atau nasabah yang berbelanja dan melakukan apply aplikasi pada kartu kredit BNI-Lotte Mart banyak nya 40%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir pada tabel 4.4

Tabel 4.4

Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat Pendidikan Terakhir	Frekuensi (f)	Persentase
SD	-	-
SLTP	-	-
SLTA	35	35%
Akademi (DI/ DII/ DIII)	25	25%
Sarjana (S1/ S2/ S3)	**40**	**40%**
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, Juni 2012

Dari tabel 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini dilihat dari pendidikan terakhirnya dimana tidak terdapat berpendidikan terakhir SD, tidak terdpat berpendidikan terakhir SLTP, 35% berpendidikan terakhir SLTA, 25% berpendidikan Akademi (DI/ DII/ DIII), dan yang terakhir sebanyak 40% berpendidikan terakhir Sarjana (S1/ S2/ S3). Dari tabel tersebut terlihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah dengan responden yang berpendidikan terakhir Sarjana, hal ini di sebabkan oleh mayoritas konsumen atau nasabah yang melakukan perbelanjaan dan melakukan apply aplikasi kartu kredit BNI-Lotte Mart banyaknya 40%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Untuk mengetahui profil responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada table 4.5

Tabel 4.5

Pekerjaan Responden

Pekerjaan	**Frekuensi (f)**	**Persentase**
Intansi pemerintah	15	15%
Pegawai BUMN	25	25%
Pegawai Swasta	21	21%
Wiraswasta	**39**	**39%**
Lainnya	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, Juni 2012

Dari tabel 4.5 di atas, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebesar 15% sebagai intansi pemerintah, 25% sebagai pegawai BUMN, 21% sebagai pegawai swasta, 39% sebagai wiraswasta, dan untuk lainnya tidak terdapat. Maka dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan adalah wiraswasta. Hal ini di sebabkan mayoritas konsumen atau nasabah yang berbelanja dan melakukan apply aplikasi kartu kredit BNI-Lotte Mart banyaknya 39%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Besarnya Pengeluaran Perbulan

Untuk mengetahui profil responden berdasarkan besarnya pengeluaran perbulan dapat dilihat pada table 4.6

Tabel 4.6

Pengeluaran Perbulan Responden

Pengeluaran perbulan	**Frekuensi (f)**	**Persentase**
< Rp. 5000.000	19	19%
Rp. 5000.000 – Rp. 10.000.000	**45**	**45%**
Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000	25	25%
Rp. 15.000.000 – Rp. 20.000.000	10	10%
> Rp. 20.000.000	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, Juni 2012

Dari tabel 4.6 diatas, dapat di ketahui besarnya pengeluaran perbulan responden, yaitu sebesar < Rp. 5.000.000,- sebanyak 19 %, Rp. 5.000.000,- – Rp. 10.000.000 sebanyak 45%, Rp. 10.000.000,- – Rp. 15.000.000 sebanyak 25 %, Rp. 15.000.000,- – Rp. 20.000.000 sebanyak 10 %, > Rp.20.000.000 sebanyak 1 %. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden adalah dengan pengeluaran perbulan sebesar Rp. 5.000.000,- – Rp. 10.000.000,-.hal ini disebabkan oleh mayoritas konsumen atau nasabah yang berbelanja atau melakukan apply aplikasi kartu kredit BNI-Lotte Mart banyak nya 45%.

4.3 Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan Promosi Penjualan Kartu Kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Pada bagian ini akan disajikan tanggapan responden mengenai pelaksanaan promosi penjualan kartu kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Dan berikut ini adalah uraian analisis tentang bagaimana tanggapan nasabah mengenai pelaksanaan promosi penjualan kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung meliputi: Tawaran Pengembalian Uang, Hadiah Pelanggan, Potongan Harga, Pameran Dagang.

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Tawaran Pengembalian Uang Kartu Kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

Indikator terhadap tawaran pengembalian uang terhadap pelaksanaan promosi penjualan kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung meliputi dua pertanyaan yaitu tentang tingkat kesesuaian tawaran pengemalian uang, pengaruh dari tawaran pengembalian uang.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Tawaran Pengembalian Uang Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Sesuai	2	2%
2	**Sesuai**	**58**	**58%**
3	Cukup Sesuai	40	40%

4 5	Tidak Sesuai Sangat Tidak Sesuai	- -	- -
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah 2012

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap sesuai tawaran pengembalian uang kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 2% responden menyatakan sangat sesuai, 58% responden menyatakan sesuai, 40% responden menyatakan cukup sesuai. Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab tingkat kesesuaian tawaran pengembalian uang adalah sesuai. Karena tawaran pengembalian uang yaitu memberikan pengurangan harga setelah melakukan pembelian dan untuk mengetahui yang di rasakan nasabah dari kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung. dan kesesuain dari tawaran pengembalian uang tersebut dari kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah setiap melakukan transaksi atau berbelanja di Lotte Mart, BNI memberikan 3% untuk tawaran pengembalian ulang setiap berbelanja di Lotte Mart.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Tawaran Pengembalian Uang Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1 2	Sangat Mempengaruhi **Mempengaruhi**	20 **47**	20% **47%**

3 4 5	Cukup Mempengeruhi Tidak Mempengaruhi Sangat Tidak Mempengaruhi	33 - -	33% - -
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah 2012

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap pengaruh tawaran pengembalian uang kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 20% responden menyatakan sangat mempengaruhi, 47% responden menyatakan mempengaruhi, 33% responden menyatakan cukup mempengaruhi. Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab tingkat pengaruh tawaran pengembalian uang adalah mempengaruhi. Karena tawaran pengembalian uang yaitu memberikan pengurangan harga setelah melakukan pembelian dan untuk mengetahui yang dirasakan nasabah

dari kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung. dan pengaruh dari tawaran pengembalian uang tersebut dari kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah setiap melakukan transaksi atau berbelanja di Lotte Mart, BNI memberikan 3% untuk tawaran pengembalian ulang setiap berbelanja di Lotte Mart.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Terhadap Tawaran Pengembalian Uang

Kartu Kredit Bni-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

No	**Indikator**	**Skor**
1	Kesesuaian tawaran pengembalian uang	366
2	Pengaruh tawaran pengembalian uang	389
Total		**755**

Sumber : data primer yang telah diolah

Analisa mengenai tanggapan responden terhadap tawaran pengembalian uang dari tingkat kesesuaian dan pengaruh kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung adalah skor 755

Analisa deskripsi mengenai tawaran pengembalian uang kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.10

Skor Tanggapan Responden Terhadap Tawaran Pengembalian Uang

kartu kredit BNI-lotte mart

Skor Total	Skor dalam %
755	$\frac{755}{4x2x100}$ x 100% = 94,4%

Maka dihasilkan data peringkat tawaran pengembalian uang yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - < 36%	Sangat tidak baik
36% - <52%	Tidak baik
52% - < 68%	Cukup baik
68% - < 84%	Baik
84% - 100%	**Sangat baik**

Dilihat dari tabel tersebut, maka menunjukan bahwa tawaran pengembalian uang kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung yang mempunyai skor 94,4% berada diantara 84% - 100%, Hal ini menunjukan bahwa tawaran pengembalian uang yang ditawarkan perusahaan kepada nasabah adalah sangat baik.

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Hadiah Pelanggan Kartu Kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

Indikator dari hadiah pelanggan itu sendiri berkaitan dengan tingkat keragaman, tingkat pengaruh dan tingkat sesuai dari hadiah pelanggan terhadap kartu kredit BNI-Lotte mart Tanggapan responden terhadap indikator hadiah pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Keragaman

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat beragam	10	10%
2	Beragam	15	15%
3	**Cukup beragam**	**50**	**50%**
4	Tidak beragam	24	24**%**
5	Sangat tidak beragam	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap keragaman hadiah pelanggan kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 10% responden menyatakan sangat beragam, 15% responden menyatakan beragam, 50% responden menyatakan cukup beragam, 24% responden menyatakan tidak beragam, 1% responden menyatakan sangat tidak beragam. Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab beragam hadiah pelanggan kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah cukup beragam. Karena hadiah pelanggan itu sendiri adalah hadiah berupa uang tunai atau bentuk lain yang proposional dengan loyalitas seorang dan untuk mengetahui keragaman hadiah pelanggan yang di berikan kepada nasabah kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Tabel 4.13

Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh hadiah pelanggan Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Mempengaruhi	24	24%
2	**Mempengaruhi**	**40**	**40%**
3	Cukup Mempengaruhi	36	36%
4	Tidak Mempengaruhi	-	
5	Sangat Tidak Mempengaruhi	-	-
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap pengaruh hadiah pelanggan kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 24% responden menyatakan sangat mempengaruhi, 40% responden menyatakan mempengaruhi, 36% responden menyatakan cukup mempengaruhi, Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab beragam hadiah pelanggan kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah mempengaruhi. Karena hadiah pelanggan itu sendiri adalah hadiah berupa uang tunai atau bentuk lain yang proposional dengan loyalitas seorang dan untuk mengetahui pengaruh dari hadiah pelanggan yang di berikan kepada nasabah kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Terhadap Sesuai hadiah pelanggan *Gimnic* Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Sesuai	11	11%
2	Sesuai	20	20%
3	Cukup Sesuai	24	24%
4	**Tidak Sesuai**	**44**	**44%**
5	Sangat Tidak Sesuai	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap sesuai hadiah pelanggan kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 11% responden menyatakan sangat sesuai, 20% responden menyatakan sesuai, 24% responden menyatakan cukup sesuai, 44% responden menyatakan tidak sesuai, 1% responden menyatakan sangat tidak sesuai. Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab beragam hadiah pelanggan kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah tidak sesuai. Karena hadiah pelanggan itu sendiri adalah hadiah berupa uang tunai atau bentuk lain yang proposional dengan loyalitas seorang dan untuk mengetahui kesesuaian dari hadiah pelanggan berupa gimnic yang di berikan kepada nasabah kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Tabel 4.15

Tanggapan Responden Terhadap Hadiah Pelanggan Kartu Kredit BNI-Lotte MartPada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

No	Indikator	Skor
1	Tingkat Keragaman Hadiah Pelanggan	379
2	Tingkat Pengaruh Hadiah Pelanggan	310
3	Tingkat Kesesuaian Hadiah Pelanggan	291
Total		**980**

Sumber : data primer yang telah diolah

Analisa mengenai tanggapan responden terhadap tingkat keragaman, tingkat pengaruh, tingkat kesesuaian hadiah pelanggan pada kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung adalah skor 980

Analisa deskripsi mengenai hadiah pelanggan kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.16

Skor Tanggapan Responden Terhadap Hadiah Pelanggan

Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

Skor Total	Skor Dalam %
980	$\frac{980}{4x3x100} \times 100\% = 81,7\%$

Maka dihasilkan data peringkat hadiah pelanggan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.17

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik
36% - < 52%	Tidak Baik
52% - < 68%	Cukup Baik
68% - < 84%	**Baik**
84% - < 100%	Sangat Baik

Dilihat dari tabel tersebut, maka menunjukan bahwa hadiah pelanggan kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung yang mempunyai skor 81,7% berada diantara 68% - 84%, Hal ini menunjukan bahwa hadiah pelanggan yang ditawarkan perusahaan kepada nasabah adalah Baik.

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Potongan Harga Kartu Kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

Indikator dari potongan harga itu sendiri berkaitan dengan tingkat sesuai, dan tingkat pengaruh dari potongan harga terhadap kartu kredit BNI-Lotte Mart tanggapan responden terhadap indikator potongan harga dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.18

Tanggapan Responden Terhadap Sesuai Potongan Harga Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Sesuai	25	25%
2	**Sesuai**	**40**	**40%**
3	Cukup Sesuai	35	35%
4	Tidak Sesuai	-	-
5	Sangat Tidak Sesuai	-	-
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap sesuai potongan harga kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 25% responden menyatakan sangat sesuai, 40% responden menyatakan sesuai, 35% responden menyatakan cukup sesuai, Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab sesuai potongan harga kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah Sesuai. Karena potongan harga atau Diskon adalah pengurangan langsung terhadap harga atas pembelian selama satu periode tertentu dan untuk mengetahui kesesuaian dari potongan harga yang diberikan untuk nasabah dsari kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Tabel 4.19

Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Potongan Harga Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Mempengaruhi	12	12%
2	Mempengaruhi	39	39%
3	**Cukup Mempengaruhi**	**49**	**49%**
4	Tidak Mempengaruhi	-	-
5	Sangat Tidak Mempengaruhi	-	-
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap pengaruh potongan harga kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 12% responden menyatakan sangat mempengaruhi, 39% responden menyatakan mempengaruhi, 35% responden menyatakan cukup mempengaruhi, Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab sesuai potongan harga kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah cukup mempengaruhi. Karena potongan harga atau Diskon adalah pengurangan langsung terhadap harga atas pembelian selama satu periode tertentu dan untuk mengetahui pengaruh dari potongan harga yang diberikan untuk nasabah dari kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Tabel 4.20

Tanggapan Responden Terhadap Potongan Harga

Kartu Kredit Bni-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

No	Indikator	Skor
1	Tingkat kesesuaian potongan harga	393
2	Tingkat pengaruh potongan harga	392
Total		**785**

Sumber : data primer yang telah diolah

Analisa mengenai tanggapan responden terhadap tingkat kesesuaian, tingkat pengaruh potongan harga kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung adalah skor 785

Analisa deskripsi mengenai potongan harga kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.21

Skor Tanggapan Responden Terhadap Hadiah Pelanggan

Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

Skor Total	Skor Dalam %
785	$\frac{785}{4x2x100}$ x 100% = 98,1%

Maka dihasilkan data peringkat potongan harga yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.22

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik
36% - < 52%	Tidak Baik
52% - < 68%	Cukup Baik
68% - < 84%	Baik
84% - < 100%	**Sangat Baik**

Dilihat dari tabel tersebut, maka menunjukan bahwa potongan harga kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung yang mempunyai skor 98,1% berada diantara 84% - 100%, Hal ini menunjukan bahwa hadiah pelanggan yang ditawarkan perusahaan kepada nasabah adalah sangat Baik.

4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Pameran Dagang Kartu Kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

Indikator dari pameran dagang itu sendiri berkaitan dengan tingkat kemenarikan, tingkat pengaruh dan tingkat pengaruh *free shooping experience* dari pameran dagang terhadap kartu kredit BNI-Lotte Mart tanggapan responden terhadap indikator pameran dagang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.23

Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemenarikan Pameran Dagang

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menarik	14	14%
2	Menarik	37	37%
3	**Cukup Menarik**	**49**	**49%**
4	Tidak Menarik	-	-
5	Sangat Tidak Menarik	-	-
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap kemenarikan pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 14% responden menyatakan sangat menarik, 37% responden menyatakan menarik, 49% responden menyatakan cukup menarik, Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab kemenarikan pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah cukup menarik. Karena pameran dagang adalah pajangan dan demontrasi berlangsung di tempat pembelian atau penjualan.dan untuk mengetahui kemenarikan dari pameran dagang ini yang di sediakan untuk nasabah kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Tabel 4.24

Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Pameran Dagang Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Mempengaruhi	16	12%
2	Mempengaruhi	38	39%
3	**Cukup Mempengaruhi**	**46**	**46%**
4	Tidak Mempengaruhi	-	-
5	Sangat Tidak Mempengaruhi	-	-
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap pengaruh pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 16% responden menyatakan sangat mempengaruhi, 38% responden menyatakan mempengaruhi, 46% responden menyatakan cukup mempengaruhi, Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab pengaruh pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah cukup mempengaruhi. Karena pameran dagang adalah pajangan dan demontrasi berlangsung di tempat pembelian atau penjualan.dan untuk mengetahui pengaruh dari pameran dagang ini yang di sediakan untuk nasabah kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Tabel 4.25

Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh *free shooping experience* Pameran Dagang Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Mempengaruhi	42	42%
2	Mempengaruhi	38	38%
3	**Cukup Mempengaruhi**	**20**	**20%**
4	Tidak Mempengaruhi	-	-
5	Sangat Tidak Mempengaruhi		-
Jumlah		100	100%

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, dapat dilihat mengenai tanggapan responden terhadap pengaruh *free shooping experience* pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart, dimana 42% responden menyatakan sangat mempengaruhi, 38% responden menyatakan mempengaruhi, 20% responden menyatakan cukup mempengaruhi, Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab pengaruh pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah sangat mempengaruhi. Karena pameran dagang adalah pajangan dan demontrasi berlangsung di tempat pembelian atau penjualan.dan untuk mengetahui pengaruh *free shooping experince* dari pameran dagang ini yang di sediakan untuk nasabah kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

Tabel 4.26

Tanggapan Responden Terhadap Pameran Dagang Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

No	Indikator	Skor
1	Tingkat Kemenarikan Pameran Dagang	365
2	Tingkat Pengaruh Pameran Dagang	395
3	Tingkat Pengaruh *Free Shooping Experience* Pamern Dagang	408
Total		**1168**

Sumber : data primer yang telah diolah

Analisa mengenai tanggapan responden terhadap tingkat kemenarikan, tingkat pengaruh, tingkat pengaruh *free shooping experience* pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung adalah skor 1168

Analisa deskripsi mengenai pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.27

Skor Tanggapan Responden Terhadap Hadiah Pelanggan

Kartu Kredit BNI-Lotte Mart

Skor Total	Skor Dalam %
1168	$\frac{1168}{4x3x100}$ x 100% = 97,3%

Maka dihasilkan data peringkat potongan harga yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.28

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik
36% - < 52%	Tidak Baik
52% - < 68%	Cukup Baik
68% - < 84%	Baik
84% - < 100%	**Sangat Baik**

Dilihat dari tabel tersebut, maka menunjukan bahwa pameran dagang kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung yang mempunyai skor 97,3% berada diantara 84% - 100%, Hal ini menunjukan bahwa hadiah pelanggan yang ditawarkan perusahaan kepada nasabah adalah sangat Baik.

Analisa deskripsi tentang pelaksanaan promosi penjualan kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.29

Analisa Pelaksanaan Promosi Penjualan Kartu Kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Tawaran pengembalian uang	755	94,4%
2	Hadiah pelanggan	980	81,7%
3	Potongan harga.	785	98,1%
4	Pameran dagang	1168	97,3%
Total		**3688**	

Sumber : data primer yang telah diolah

Analisa pelaksanaan promosi penjualan kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung dari indikator tawaran pengembalian uang, hadiah pelanggan, potongan harga, pameran dagang, adalah skor 3688

Analisa deskripsi skor tanggapan responden terhadap promosi penjualan dapat dilihat sbagai berikut:

Tabel 4.30

Skor Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan

Skor total	**Skor dalam %**
3688	$\frac{3688}{}$ x 100% = 92,2%

	4 x 10 x 100

Maka hasil data peringkat promosi penjualan secara keseluruhan sebesar 92,2%. Maka dihasilkan data peringkat promosi penjualan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.31

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	**Kriteria**
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik
36% - < 52%	Tidak Baik
52% - < 68%	Cukup Baik
68% - < 84 %	Baik
84 % - 100%	**Sangat Baik**

Dilihat dari tabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan kartu kredit BNI – Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung pada kategori sangat baik dimana nilai total tanggapan respondennya berjumlah 3688 atau sebesar 92,2% yaitu berada diantara 84% - 100% hal ini menunjukan bahwa sangat baik.

Hal tersebut menunjukan tanggapan responden terhadap pelaksanaan promosi penjualan kartu kredit BNI-Lotte Mart adalah sangat baik, karena responden menilai bahwa, tawaran pengembalian uang, hadiah pelanggan, potongan harga, pameran dagang, kartu kredit BNI-Lotte Mart yang di lakukan pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung di nilai sangat baik, namun pada hadiah

pelanggan gimnic yang di tawarkan ke pada nasabah dinilai tidak sesuai karena kemampuan komunikasi antara marketing kepada nasabah terhadap hadiah pelanggan gimnic ini sering memunculkan kecewa terhadap nasabah yang melakukan apply aplikasi kartu kredit BNI-Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung di tunjukan dengan skor terendah di antara skor yang lain nya yaitu 291. Sehingga PT Pesona Putra Perkasa Bandung perlu mempertahankan apa yang telah dinilai positif responden atau nasabah serta meningkatkan kembali pelaksanaan promosi penjualan yang sudah dinilai sangat baik.