

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna kartu kredit Bank Mandiri pada masyarakat Surabaya. Responden penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang menggunakan kartu kredit yang diterbitkan oleh Bank Mandiri dengan responden berjumlah 40 orang. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner terhadap masyarakat Surabaya yang menggunakan kartu Kredit Bank Mandiri. Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan kartu kredit menggunakan teori bauran pemasaran, yaitu faktor produk, harga, tempat dan promosi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor produk dan tempat mempengaruhi keputusan pembelian pengguna kartu kredit Bank Mandiri.

Kata kunci: Kartu Kredit Bank Mandiri, Bauran Pemasaran

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the factors that affect the decision of purchasing credit card users Bank Mandiri to the people of Surabaya. The respondents of this research are Surabaya people using credit card issued by Mandiri Bank with 40 respondents.*

*This study uses quantitative descriptive using primary data obtained through questionnaires to the people of Surabaya who use Mandiri credit card. Factor analysis that influence the decision of credit card use marketing mix theory, that is product factor, price, place and promotion. The results of this study indicate that the factors of the product and place influence the decision of purchasing credit card user of Mandiri Bank.*

*Keywords: Mandiri Credit Card, Marketing Mix*