

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL PROMOTION* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH**

(STUDI KASUS PT. BPR SUMBERDHANAANDA DI KOTA BLITAR)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



Disusun Oleh :

DIMAS ANGGIE PRAYOGA

20022000265

UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dimas Anggie Prayoga

Nomor Pokok : 20022000265

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

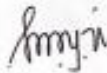
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

ANALISIS STRATEGI *DIGITAL PROMOTION* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH STUDI KASUS PT. BPR SUMBERDHANAANDA DI KOTA BLITAR

Malang, 12 Januari 2023

Ketua Program Studi



Irany Widhyastiti, SE., MM.

Dosen Pembimbing



DRS.Nirwana.MM.



Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI DIGITAL PROMOTION DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH (STUDY KHASUS PT SUMBERDHANA
ANDA DI KOTA BLITAR)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DIMAS ANGGIE PRAYOGA

20022000265

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji

Pada tanggal 26 Januari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

DRS. NIRWANA.MM.

Sekretaris Penguji

Prof. Dr. LILIK KUSTIANI, S.S., M.M.

Anggota Penguji

Dr. M. C. SINA SETYADI, B.SC., DRS., M.B.A

Skrripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 26 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang

Prof. Dr. Fajar Supanto, M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Dimas Anggie Prayoga

NIM : 20022000265

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisis Strategi Digital Promotion Dan Word Of Mouth
Terhadap Keputusan Nasabah (Study Khusus PT
Sumberdhana Anda Di Kota Blitar)

Lokasi yang Diteliti : PT Sumberdhana Anda Di Kota Blitar

Alamat Rumah Asli : Jl Majenang Lingkungan Dander Kidul Rt 01 Rw 04
Talun, Blitar

No. Telp : 081329479920

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Maret 2024



Dimas Anggie Prayoga

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dimas Anggie Prayoga
Nomor Pokok : 20022000265
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat dan Tanggal Lahir : Blitar, 13 Agustus 2000
Alamat : JL Majenang Lingkungan Dander Kidul RT 01 RW
04 Talun, Blitar
Nama Orang Tua (Ayah) : Yoyok Marsudiharjo
(Ibu) : Sutarmi
Riwayat Pendidikan :
2007 – 2013 : SDN 03 TALUN
2013 – 2016 : SMPN 01 TALUN
2016 – 2019 : SMAN 01 TALUN
2020 – 2024 : S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan syukur pada Tuhan YME atas berkat, serta petunjuk-Nya yang telah menjadikan penulis bisa menuntaskan tugas akhir berjudul “**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL PROMOTION* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH (STUDI KASUS PT. BPR SUMBERDHANAANDA DI KOTA BLITAR)**”

Skripsi ini dibuat guna mencukupi salah satu persyaratan mendapat gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Merdeka Malang. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tak bisa jauh-jauh dari bimbingan, bantuan, arahan, juga doa dari banyak elemen mulai dari yang langsung maupun sebaliknya. Maka, pada bagian ini, penulis memberikan banyak terimakasih pada:

1. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si sebagai Dekan FEB Universitas Merdeka Malang
2. Irary Widhyastiti, SE., MM. sebagai Ketua Prodi Manajemen FEB Universitas Merdeka Malang.
3. Drs.Nirwana, MM sebagai Dosen Pembimbing yang terus memberi arahan, masukan, saran, saat pembuatan skripsi ini dari permulaan hingga tuntas.
4. Semua staf pengajar dan karyawan FEB Universitas Merdeka Malang.
5. Kedua orang tua, dan Saudara-saudara yang dirumah saya yang selalu memberikan doa, dukungan serta dorongan tanpa henti selama ini.

6. Semua elemen yang ikut serta pada penyusunan karya ini, namun tidak dapat penulis uraikan satu per satu.

Dengan segala rendah hati penulis menyadari keterbatasan studi ini disebabkan oleh pembatasan penelitian. Itulah sebabnya penulis memohon kritik dan masukan yang membangun dari seluruh elemen untuk membuat kajian ini lebih sempurna. Diharapkan skripsi ini bisa berguna pada banyak pihak, terkhusus untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang pada khususnya.

Malang, 22 Maret 2024

Penulis

Dimas Anggie Prayoga

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	2
A. Landasan Teori	2
B. Penelitian terdahulu	19
C. Kerangka berpikir	24
D. Pengembangan hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	26
B. Lingkup Penelitian.....	27
C. Lokasi Penelitian	27
D. Populasi dan Teknik penarikan Sampel	28
E. Jenis Data dan Sumber Data	30

F. Metode Pengumpulan Data.....	30
G. Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan.	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2 Skoring.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	24
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	64
Lampiran 2. Tabulasi Data	67
Lampiran 3. Uji SPSS.....	74
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	81
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi	82
Lampiran 6. Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan	83
Lampiran 7. Hasil Cek Plagiasi	84

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis strategi digital promotion dan word of mouth terhadap kepuasan nasabah. Variabel dalam penelitian ini adalah Kepuasan nasabah sebagai variabel dependen, sedangkan *promotion dan word of mouth* sebagai variabel independen. Metode penelitiannya yakni asosiatif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan menggunakan melalui kuisioner google form dan diisi oleh para responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah dapat digunakan untuk model dalam penelitian ini. Sementara itu, hasil uji secara parsial pada variabel *Digital Promotion* dan *Word of mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel independent mampu menjelaskan variabel dependen Kepuasan Nasabah sebesar 77.2%% sedangkan sisanya 23,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Digital Promotion, Word of mouth*, Kepuasan nasabah, strategi digital, multi level marketing

ABSTRACT

This research aims to analyze digital promotion and word of mouth strategies on customer satisfaction. The variables in this research are customer satisfaction as the dependent variable, while promotion and word of mouth are the independent variables. The research method is associative analysis with a quantitative approach. The data used is via a Google Form questionnaire and filled in by the respondents

The research results show that the dependent variable, namely Customer Satisfaction, can be used as a model in this research. Meanwhile, partial test results on the Digital Promotion and Word of Mouth variables partially have a significant effect on Customer Satisfaction. The results of the coefficient of determination test show that the two independent variables are able to explain the dependent variable Customer Satisfaction by 77.2%, while the remaining 23.8% is explained by other factors not examined in this research.

Keywords: Digital Promotion, Word of Mouth, Customer Decisions, Digital Strategy, Multi Level Marketing