

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
PENGGUNA JASA BANK PADA BANK RAKYAT INDONESIA
CABANG TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



Disusun Oleh:

**NIKEN RINA ANGGRAENI
02.22.0013**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2005**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NIKEN RINA ANGGRAENI

Nomor Pokok : 02.22.0013

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

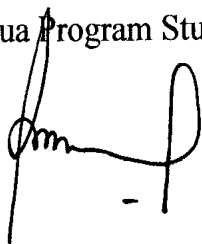
Program Studi : Manajemen

Judul : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH PENGGUNA JASA BANK PADA BANK RAKYAT
INDONESIA CABANG TULUNGAGUNG

Malang, Januari 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi,



(Dra. ERNA SETIJANI, MM)

Dosen Pembimbing,



(DR. TANTO GATOT SUMARSONO, MS)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang



(Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.)

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH PENGGUNA JASA BANK PADA BANK RAKYAT
INDONESIA CABANG TULUNGAGUNG**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**NIKEN RINA ANGGRAENI
02.22.0013**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 3 Februari 2006

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



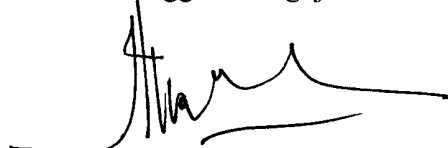
(DR. TANTO GATOT S, MS)

Sekretaris Penguji



(Drs. UDI SOEDARMADJI, MM)

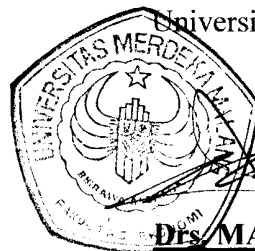
Anggota Penguji



(Dra. Hj. KURNIA I., MM)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sebagai Sarjana Ekonomi

Malang, Februari 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang




Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.



PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
KANTOR CABANG TULUNGAGUNG

Jln. Diponegoro 2 B, Telepon (0355) 23070 s.d. 23076, Telex 31969

nomor : B. 208 /KC-IX/OPS/01/2006 Tulungagung, 9 Januari 2006
inspirasi : --
hal : Pelaksanaan Penelitian.

Kepada
Universitas Merdeka
Up. Dekan Fakultas Ekonomi
Di

MALANG

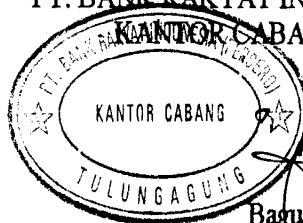
Berkaitan dengan surat Universitas Merdeka Malang nomor :
102/FE.UM/10/2005 tanggal 06 Oktober 2005 dengan ini disampaikan bahwa
mahasiswi :

- Nama : Niken Rina Anggraeni
- NPK : 02.22.0013
- Program : Strata 1
- Fakultas : Ekonomi
- Jurusan : Manajemen
- Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah
Pengguna Jasa Bank Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang
Tulungagung.
- Alamat : Jln. MT. Haryono No. 11 Tulungagung, Tlp. 0355-322705

telah melaksanakan penelitian di Kantor Cabang PT. Bank Rakyat Indonesia
(Persero) Tbk, Tulungagung dari tanggal 01-11- s/d 16-12-2005.

Demikian surat keterangan diberikan untuk dipergunakan seperlunya.

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk
KANTOR CABANG TULUNGAGUNG



Bagus Banjar
AMO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

N a m a : NIKEN RINA ANGGRAENI
Nomor Pokok : 02.22.0013
Universitas : **Merdeka Malang**
Fakultas : Ekonomi
Program studi : Manajemen
Tempat dan Tgl.Lahir : Tulungagung, 07 September 1983
Alamat : Jl. MT. Haryono No.11 Kedungwaru
Tulungagung
Nama Orang Tua (Bapak) : Hadi Sumarsono
(Ibu) : Asminiati
Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SDN Kampung Dalem V Tulungagung Tahun 1995
2. Lulus SLTPN 3 Tulungagung Tahun 1998
3. Lulus Sekolah Menengah Umum Negeri Tulungagung I Tahun 2001
4. Lulus BTC Tulungagung Tahun 2001
5. Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang Tahun 2002

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PENGGUNA JASA BANK PADA BANK RAKYAT INDONESIA CABANG TULUNGAGUNG”**.

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak **Drs.MAXION SUMTAKY, M.Si.** Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu **Dra.ERNA SETIJANI,MM,** Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak **DR. TANTO GATOT SUMARSONO, MS,** Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna bagi penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar dan membimbing penulis dari mulai menjadi mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
5. Bapak Pimpinan dan para Staff Bank Rakyat Indonesia Cabang Tukungagung yang telah memberikan ijin untuk penelitian serta memberikan data-data yang penulis butuhkan agar terselesaikannya Skripsi ini.
6. Kedua Orang Tuaku tercinta **mama dan papa**, terima kasih atas do'a, cinta air mata , pengorbanan dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan baik secara moril maupun materiil sampai terselesaikannya Skripsi ini. Juga untuk adekku **ĀṅĠġÄ** yang paling cuakep, "jangan lupa blajar ya, jangan maen terus dan jangan lupa Bantu mama ya". **Be the BEST, I'll back up U.**
7. Seseorang yang paling kukasihi dan kusayangi, "**makasih ya, kamu selalu ada disaat aku senang dan terpuruk, makasih sudah mau mendengar keluh kesah ku, makasih telah mengisi hari-hari ku dengan cinta dan kasih sayang mu, ḶŌŪḶ ḡŌŭ**".
Cepet lulus ya, aku tunggu.....
8. Teman-teman kelas A angkatan 2002, Erwin (kamu adalah teman yang paling baik yang pernah aku punya), Anis, Dwi, Anggoro (maaf ya, aku sering buat salah ma kamu), Firga, Adi, Victor, Atik, Ajeng, Hery dan masih banyak lagi, makasih ya kalian adalah teman yang sangat tidak ingin kulupakan, terima kasih telah

mengisi hari-hari penulis selama kuliah. Penulis akan selalu merindukan saat kita bersama-sama tertawa, bingung cari-cari tugas, cari contekan waktu ujian,dll. **MISS U ALL.....**

9. Teman-teman kos MM21, Hindun, Yeny (semangat ya...), Erni, Dewi, Leny, Widia “si Tweety”, mbak Chandra, Ratih kalian adalah teman-teman yang ada dan mengisi hari-hari luang ku dikos, terus ceria ya....
10. Mbak-mbak ku mantan MM21, mbak Nuriel, mbak Emma, mbak Watiek , mbak Dyah, kapan-kapan ke Malang ya, aku kangen ma kalian.
11. Mas Keceng dkk, makasih ya sudah bantu aku mikir waktu aku dah buntu, makasih ilmu dan bantuannya, ntar kapan-kapan bantuin *cowokku* ya...

Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan hingga terselesaikannya penulisan Skripsi ini.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari ALLAH SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini.

Demikianlah skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermamfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan.

Malang, Februari 2006

Penulis

A romantic night scene featuring cherry blossoms in shades of pink and purple. The blossoms are in full bloom, with many petals falling through the air. In the background, a large, glowing crescent moon is visible against a dark, starry sky. The overall atmosphere is dreamy and romantic.

666 (Satan Rules)

*Yang ku tahu aku hidup untuk bertemu dengan mu
Di dunia yang luas ini aku sangat percaya akan adanya
keajaiban*

*Seandainya aku tak bisa bertemu dengan mu walau
dalam mimpi.....*

Aku akan tetap mencintaimu dan menjagamu

*Bila aku bisa memohon yang ku pinta adalah dapat
melihat mu*

*Aku akan berikan kenangan yang terindah padamu
Karena aku menyadari bahwa "aku jatuh cinta
padamu....."*



©KAGAYA

<http://www.hoshinavi.com/>

By

Panda Janggrenu

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori Yang Melandasi Permasalahan	5
1. Pengertian Pemasaran	5
2. Konsep Pemasaran Jasa Bank.....	6
3. Bauran Promosi (<i>Promotional mix</i>)	9
4. Konsep Penjualan	18
5. Keputusan pembelian	19
6. Jenis-jenis tingkah laku keputusan pembelian.....	20
7. Proses Keputusan Membeli	24
8. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	28
9. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	29
B. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	31
B. Definisi Operasional Variabel	33
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
D. Lokasi Penelitian	35
E. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	35
F. Sumber Data	37
G. Teknik Pengumpulan Data	37
H. Skala Pengukuran	38
I. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
J. Teknik Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL

PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	43
1. Sejarah Singkat Bank Rakyat Indonesia (Persero)	45
2. Tujuan pendirian PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero).....	52
3. Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung.....	53
4. Personalia PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung.....	77
5. Kegiatan Operasional PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung	79
6. Kegiatan Promosi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung.....	83
B. Pembahasan Hasil Penelitian	85
1. Deskripsi Responden.....	85
2. Deskripsi variabel penelitian	88
3. Analisis Hasil Penelitian	99
C. Implementasi Hasil Penelitian	106

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan..... 107

B. Saran..... 108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.	Jumlah dan Kualitas Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung Tahun 2005	77
2.	Jam Kerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung Tahun 2005	78
3.	Jenis Kelamin Responden	85
4.	Usia Responden	86
5.	Tingkat Pendidikan Responden	87
6.	Pekerjaan Responden	87
7.	Tingkat Penghasilan Per Bulan	88
8.	Distribusi Jawaban Dari Berbagai Item Pelaksanaan <i>Advertising</i> (X_1) Terhadap Keputusan Menggunakan Produk (Y)	90
9.	Distribusi Jawaban Dari Berbagai Item Personal Selling (X_2) Terhadap Keputusan Menggunakan Produk (Y)	93
10.	Distribusi Jawaban Dari Berbagai Item Sales Promotion (X_3) Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk (Y)	95
11.	Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Konsumen (Y)	97
12.	Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner Pada Nilai Kritis r -tabel $N=40$ (0,312)	99
13.	Hasil Pengujian Reliabilitas	100
14.	Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Berganda	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar	
1. Struktur Organisasi BRI Cabang Tulungagung Tahun 2005.....	55
2. Struktur Organisasi BRI UNIT	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian
3. Tabel Distribusi Jawaban Responden
4. Hasil Uji Validitas Instrumen
5. Hasil Uji Realibilitas Konsumen
6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAKSI

Semakin beragam sarana promosi yang tersedia semakin menuntut suatu bank untuk dapat memilih sarana yang benar-benar tepat. Tetapi bagaimana dan dimana periklanan dilaksanakan ternyata juga meminta suatu penanganan yang serius dari perbankan, sebab kadang-kadang promosi yang dilaksanakan belum tentu menunjukkan kenaikan seperti yang menjadi target bank karena pelaksanaan promosi yang kurang tepat.

Berdasarkan pertimbangan tersebut maka penulis berkesimpulan bahwa pelaksanaan promosi merupakan salah satu alat yang paling tepat dalam mencapai tujuan yaitu meningkatkan jumlah nasabah bank khususnya jumlah nasabah baik nasabah tabungan maupun kredit. Untuk itu penulis mengambil judul di dalam penyusunan skripsi yaitu: "PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PENGGUNA JASA BANK PADA BANK RAKYAT INDONESIA CABANG TULUNGAGUNG".

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui pengaruh variabel bauran promosi yang terdiri dari periklanan, penjualan individu dan promosi secara bersama sama/simultan terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Jasa Bank Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Tulungagung. 2) Untuk mengetahui variabel bauran promosi yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Jasa Bank Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Tulungagung

Dengan menggunakan analisis data kuantitatif regresi linier berganda dengan jumlah responden sebanyak 40 orang didapatkan hasil:

Dari hasil analisis regresi diperoleh koefisien regresi yang bernilai positif yang berarti ada pengaruh positif antara variabel-variabel *advertising*, *personal selling*, dan *sales promotion* terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung

Hasil uji hipotesis I didapatkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima, jadi terbukti secara statistik bahwa ada pengaruh yang nyata antara variabel-variabel *advertising*, *personal selling* dan *sales promotion* secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung.

Hasil uji hipotesis II dapat diketahui variabel bebas X_1 (*Advertising*) mempunyai nilai koefisien regresi tertinggi sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *advertising* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tulungagung pembelian dapat diterima dan telah teruji secara statistik.

Besarnya koefisien determinasi (R^2) = 0,527 dan setelah disesuaikan menjadi adjust R square sebesar 0,488 menunjukkan bahwa *advertising*, *personal selling* dan *sales promotion* secara bersama-sama

memberikan kontribusi/sumbangan sebesar 48,8% terhadap perubahan keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 41,2% merupakan sumbangan/kontribusi variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.