

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG NASABAH PT BANK JATIM KCP UNTAG SURABAYA
(Studi kasus pada produk tabungan simpeda di PT Bank Jatim KCP
UNTAG Surabaya)**



Oleh:

Lucky Dwi Tamara

NPM: 18.1.02.11537

**Program Studi : Manajemen
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

2022

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG NASABAH PT BANK JATIM KCP UNTAG SURABAYA
(Studi kasus pada produk tabungan simpeda di PT Bank Jatim KCP
UNTAG Surabaya)**



Oleh:

Lucky Dwi Tamara

NPM: 18.1.02.11537

**Program Studi : Manajemen
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

2022

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG NASABAH PT BANK JATIM KCP UNTAG SURABAYA
(Studi kasus pada produk tabungan simpeda PT Bank Jatim KCP UNTAG
Surabaya)**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program

Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

Lucky Dwi Tamara

NPM: 18.1.02.11537

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

2022

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG NASABAH PT BANK JATIM KCP UNTAG SURABAYA
(Studi kasus pada produk tabungan simpeda PT Bank Jatim KCP UNTAG
Surabaya)**

**Dipersiapkan dan Disusun oleh
LUCKY DWI TAMARA
NPM : 18.1.02.11537**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal 08 April 2022**

Susunan Tim Penguji:

**Ketua : Dr. Suhermin, S.E., M.M.
Anggota : 1. Dr. Yayah Atmajawati, S.E., M.Si
2. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.**

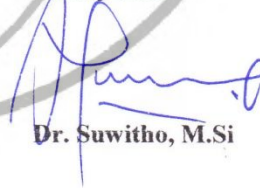
**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh:**

Dosen Pembimbing



Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.

**Ketua Program Studi S1
Manajemen**



Dr. Suwitho, M.Si

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrih, S.E., M.Si, Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **LUCKY DWI TAMARA**

N.P.M : **18.1.02.11537**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG NASABAH PT BANK JATIM KCP UNTAG SURABAYA**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 08 April 2022, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 08 April 2022

Yang membuat pernyataan,



Lucky Dwi Tamara

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Lucky Dwi Tamara
NPM : 1810211537
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya / 10 Mei 2000
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke : 1/2
Alamat Rumah : Gayungsari Barat X no.6 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Kamiase
Alamat Rumah/ Telepon : Gayungsari Barat X no.6 Surabaya
Alamat Kantor/ Telepon : -
Pekerjaan/ Jabatan : -

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Gayungan 2 Surabaya tahun 2012
2. Tamat SMP di SMP Kemala Bhayangkari 1 Surabaya tahun 2015
3. Tamat SMA di SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya tahun 2018
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	I – VII	2018-2022	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Lucky Dwi Tamara

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menabung Nasabah PT Bank Jatim KCP UNTAG Surabaya (studi kasus pada produk Tabungan Simpeda di PT Bank Jatim KCP UNTAG Surabaya)”. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari pihak-pihak yang telah terlibat dalam memberikan bantuan dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu penulisan ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Bapak Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Anton Eko Yulianto, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktunya dalam memberikan masukan, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Sulistyو Budi Utomo, BBA., MA., Ec., Ph.D., selaku dosen wali SM-7 yang telah memberikan pengarahan selama perkuliahan.
5. Bapak Suroно selaku Pimpinan KCP Bank Jatim UNTAG Surabaya yang telah memberikan ijin untuk melakukan riset.
6. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dan pengarahan selama perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis yang tersayang dan tercinta yaitu Bapak Tamar (alm) dan Ibu Kamiase yang telah memberikan kasih sayang, memberikan doa dan atas setiap pengorbanan dan dukungan yang tiada tara. Dan juga kakak dari penulis Wira Nanda Martaliya dan Mohammad Ala' yang memberikan doa dan semangat kepada penulis.

8. Semua teman SM-7 angkatan 2018, serta teman-teman bimbingan saya, khususnya Fara, Anggie, Yang Febriana, Tarisa dan Rania yang selalu memberikan bantuan, masukan dan dukungan semangat kepada penulis selama mengerjakan skripsi.
9. Grup seperkuliahan yang terdiri dari Niken, Maurin, Arinda, Windy dan Elvia yang selalu memberi dukungan dan bersedia menemani selama perkuliahan ini.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih karena sudah memberikan banyak pelajaran yang merubah pribadi dan cara berfikir penulis hingga saat ini.

Akhir kata penulis berharap kritik dan saran dapat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. semoga hasil pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca dan dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu maupun referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 27 Januari 2022

Lucky Dwi Tamara

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Teoritis.....	10
2.1.1 Perbankan.....	10
1.Pengertian Bank.....	10
2.Fungsi dan Tujuan Bank	10
2.1.2 Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)	12
1.Pengertian BUMD	12
2.Fungsi BUMD.....	12
3.Tujuan BUMD	12
2.1.3 Nasabah.....	13
2.1.4 Tabungan	14
2.1.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	15
2.1.6 Produk.....	16
1. Pengertian Produk.....	16
2. Tingkatan Produk	17
3. Kualitas Produk.....	18
4. Indikator Produk.....	18
2.1.7 Harga.....	18
1. Pengertian Harga.....	18
2. Tujuan Penetapan Harga	19
3. Indikator Harga.....	20
2.1.8 Lokasi.....	20

1. Pengertian Lokasi.....	20
2. Indikator Lokasi	21
3. Tujuan Lokasi	21
2.1.9 Promosi	22
1. Pengertian Promosi	22
2. Tujuan Promosi	22
3. Bauran Promosi.....	23
4. Indikator Promosi.....	24
2.1.10 Orang (<i>People</i>).....	25
1. Pengertian Orang.....	25
2. Indikator Orang.....	26
2.1.11 Proses	26
1. Pengertian Proses	26
2. Indikator Proses.....	26
2.1.12 Bukti Fisik.....	27
1. Pengertian Bukti Fisik.....	27
2. Jenis Bukti Fisik.....	27
3. Indikator Bukti Fisik	28
2.1.13 Keputusan Pembelian.....	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2. Proses Pengembalian Keputusan.....	29
3. Faktor Perilaku Pengembalian Keputusan Pembelian .	30
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	32
2.1.14 Hubungan Antar Masing-masing Variabel	33
1. Hubungan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	33
3. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	33
4. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian...	34
5. Hubungan Orang Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
6. Hubungan Proses Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
7. Hubungan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.1.15 Penelitian Terdahulu	35
2.2 Kerangka Konseptual.....	38
2.3 Pengembangan Hipotesis	39
2.3.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Menabung.....	39
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menabung.....	40
2.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menabung	40
2.3.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung.....	41
2.3.5 Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Menabung	41
2.3.6 Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Menabung.....	42
2.3.7 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Menabung	42
BAB 3 : METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Dari Populasi	
Penelitian	44
3.1.1 Jenis Penelitian	44

3.1.2 Gambaran Populasi	44
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	45
3.2.2 Teknik Sampling.....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1 Jenis Data	46
3.3.2 Sumber Data	46
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	48
3.4.1 Variabel.....	48
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	48
1. Produk (Pd)	48
2. Harga (Hg)	49
3. Lokasi (Lk).....	50
4. Promosi (Pm)	51
5. Orang (Oa)	51
6. Proses (Ps).....	52
7. Bukti Fisik (Bf)	52
8. Keputusan Menabung (Km).....	53
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.5.1 Analisis Linear Berganda.....	53
3.5.2 Uji Instrumen	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	55
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Normalitas	55
2. Uji Multikolinieritas.....	56
3. Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.5.4 Uji F	57
3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.5.6 Uji Hipotesis	57

BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	59
1. Profil Perusahaan	59
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	60
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	61
4.2.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	61
1. Karakteristik Responden Berkaitan Dengan Jenis Kelamin	62
2. Karakteristik Responden Berkaitan Dengan Status Pendidikan di UNTAG	62
4.2.2 Deskriptif Hasil Penelitian	62
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Produk.....	63

2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Harga	64
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Lokasi	65
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kualitas Promosi.....	65
5. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Variabel Orang	66
6. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Proses.....	66
7. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Variabel Bukti Fisik.....	67
8. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Menabung.....	68
4.3 Teknik Analisis Data.....	68
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.3.2 Uji Instrumen	71
a. Uji Validitas	72
b. Uji Relibilitas	73
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	73
1. Uji Normalitas.....	73
a. Analisis <i>Kolmogorov semirnov</i>	74
b. Pendekatan Grafik.....	74
2. Uji Multikolinearitas	75
3. Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.3 Uji Kelayakan Model.....	77
4.5.1 Uji F.....	77
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.5.3 Pengujian Hipotesis (Uji t)	79
4.6 Pembahasan.....	81
4.6.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Menabung.....	81
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menabung.....	81
4.6.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menabung	82
4.6.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung.....	83
4.6.5 Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Menabung	83
4.6.6 Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Menabung.....	84
4.6.7 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Menabung	85
BAB 5 : PENUTUP	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Keterbatasan	88
5.3 Saran	89
JADWAL PENELITIAN	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel Pertumbuhan Nasabah.....	6
2. Interval Kelas	48
3. Karakteristik Jenis Kelamin	61
4. Karakteristik Kategori Status Pendidikan	62
5. Interval kelas	63
6. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Produk (Pd).....	64
7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga (Hg).....	64
8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lokasi (Lk)	65
9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Promosi (Pm).....	65
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Orang (Oa).....	66
11. Ditribusi Frekuensi Berdasarkan Proses (Ps).....	66
12. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Bukti Fisik (Bf).....	67
13. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Menabung (Km)	68
14. Uji Regresi Berganda	69
15. Hasil Uji Validitas.....	72
16. Hasil Uji Reliabilitas	73
17. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	74
18. Hasil Uji Multikolinieritas	76
19. Hasil Uji F ANOVA ^a	77
20. Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2) Model Summary ^b	78
21. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahapan Keputusan Pembelian	30
2. Rerangka Konseptual	39
3. Grafik Uji Normalitas	75
4. Grafik Uji Heteroskedastisitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisisioner
2. Tabulasi Hasil Kuisisioner
3. Hasil *Output* SPSS
4. Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi
5. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. Surat Pengantar Ijin Riset dari STIESIA
7. Surat Ijin Riset dari Perusahaan
8. Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi
9. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian
10. Hasil Plagiasi



ABSTRAK

Bank merupakan wadah bagi masyarakat yang memiliki keinginan untuk menyimpan uang. Bank mempunyai peran penting di dalam perekonomian negara sebagai wadah perantara keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh produ, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik terhadap keputusan menabung nasabah PT Bank Jatim.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan Kausal Komparatif penelitian tipe *ex post facto*. Populasi yang digunakan adalah nasabah yang menggunakan produk tabungan Simpeda PT Bank Jatim KCP UNTAG Surabaya yang jumlahnya tidak bisa di prediksi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan skala likert sedangkan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukka bahwa proses dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, sedangkan produk, harga dan orang berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung, selain itu promosi dan lokasi negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil perolehan signifikan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,825. Disimpulkan bahwa 82,5% variabel keputusan menabung dipengaruhi oleh produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

Kata kunci: Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik, Keputusan Menabung.

ABSTRACT

Bank is a public facility where people can save their money and has important roles within state economic as financial mediator facility. This research aimed to examine the effect of product, price, location, promotion, people, process, and physical evidence on customers' saving decisions of PT. BPD Jawa Timur Tbk.

The research was quantitative with causal-comparative of ex post facto. Moreover, the population was customers who used Simpeda at PT. BPD Jawa Timur Tbk which had unpredictable number of people. Furthermore, the data collection technique used non-probability sampling with 100 respondents as the sample. While the data were primary which were taken from questionnaires. Additionally, the instrument used Likert Scale, validity and reliability test. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result concluded that process as well as physical evidence had a positive and significant effect on saving decisions. On the other hand, product, price, and people had a positive but insignificant effect on buying decisions. In contrast, both promotion and location had a negative and insignificant effect on saving decisions. Meanwhile, the significance result of the determination coefficient (R^2) was about 0.825. It meant, 82.5% of saving decisions were affected by product, price, location, promotion, people, process, and physical evidence.

Keywords: Product, Price, Location, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Saving Decisions



I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day—

09/07/22

M. Faisal S.Rd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia