

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Taplus Muda BNI (Studi Pada BNI Cabang Fatmawati Kantor Layanan UPN Tahun 2013)”**. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis program studi Administrasi Bisnis.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih khusus serta penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis, atas doa, dorongan, bimbingan, dan motivasi yang luar biasa sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.

Selanjutnya, dengan segala kerendahan hati penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Winarto SK serta Ibunda Agustini Retnaningsih berserta adik Muhammad Leandro Maldini yang selalu berdoa, mendukung dan menyemangati ketika mulai tidak bersemangat dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Ibu R. Nurafni Rubiyanti, SMB., MBA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Arry Widodo, SE., MM dan Ibu Anita Silvianita, SE., MSM selaku penguji pada sidang proposal yang telah memberikan saran dan membantu penulis untuk memperbaiki isi dari skripsi ini.

4. Seluruh Dosen beserta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta berbagi pengalaman yang berharga.
5. Ibu Novianti dan Ibu Dewi selaku pembimbing perusahaan yang membantu penulis dalam mendapatkan data pada penelitian ini.
6. Uwa Yuyun dan Uwa Tauhid yang selalu berdoa dan memberi semangat penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Partner penulis Muhammad Husni Mubarak, terimakasih untuk doa, motivasi, semangat selama mengerjakan skripsi ini, terimakasih untuk kebersamaannya selama ini.
8. Rekan-rekan penulis selama masa perkuliahan yaitu Via, Ayu, Rani, Satria, Arum, Rezky, Alvin, Resti, dan Teh Dinitermakasih untuk persahabatan dan terus saling menyemangati selama ini.
9. Rekan-rekan Adbis B 2010, yang tiada henti mengajarkan solidaritas tanpa batas dan mengajarkan semangat persaudaraan serta memberikan canda tawa selama perkuliahan.
10. Ka Tia, Ka Ruru dan Sahabat Odong – Odong Traveler yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama penulisan skripsi.
11. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun persepsi ilmiah. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri penulis khususnya dan bagi mahasiswa Universitas Telkom umumnya.

Bandung, 17 April 2014

Penulis  
Winnie Indriana Tissani

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii

### BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Gambaran Umum BNI.....	1
1.1.2 Taplus Muda .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	8

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	10
2.1.1 Rangkuman Teori.....	10
2.1.1.1 Pemasaran .....	10
2.1.1.2 Pemasaran Jasa.....	11
2.1.1.3 Pengertian dan Fungsi Bank.....	14
2.1.1.4 Pemasaran Jasa Bank .....	16
2.1.1.5 Konsep Pemasaran dalam Bisnis Perbankan.....	16
2.1.1.6 Bauran Pemasaran .....	18
2.1.1.7 Perilaku Konsumen .....	24

2.1.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.2 Kerangka Pemikiran.....	38
2.3 Hipotesis Penelitian.....	40
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	40
2.4.1 Variabel dan Subvariabel Penelitian .....	40
2.4.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	40
2.4.3 Waktu dan Periode Penelitian .....	41
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Operasional Variabel.....	43
3.2.1 Skala Pengukuran.....	46
3.3 Tahapan Penelitian .....	47
3.4 Populasi dan Sampel .....	48
3.4.1 Populasi .....	48
3.4.2 Sampel.....	48
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.5.1 Jenis Data .....	50
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
3.6.1 Uji Validitas .....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	58
3.7.2 Transformasi Data Ordinal Menjadi Internal .....	60
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	61
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	61
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.7.3.3 Uji Multikolinearitas .....	62
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62

3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	63
3.7.5.1 Uji Parsial (Uji Statistik t).....	63
3.7.5.2 Uji Simultan (Uji Statistik F).....	64
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	65
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Deskriptif Data Responden .....	66
4.2 Analisis Kategori Data Penelitian .....	67
4.2.1 Variabel Bauran Pemasaran (X).....	68
4.2.1.1 Sub Variabel <i>Product</i> (X <sub>1</sub> ) .....	68
4.2.1.2 Sub Variabel <i>Price</i> (X <sub>2</sub> ) .....	70
4.2.1.3 Sub Variabel <i>Promotion</i> (X <sub>3</sub> ).....	72
4.2.1.4 Sub Variabel <i>Place</i> (X <sub>4</sub> ).....	73
4.2.1.5 Sub Variabel <i>People</i> (X <sub>5</sub> ).....	75
4.2.1.6 Sub Variabel <i>Process</i> (X <sub>6</sub> ) .....	78
4.2.1.7 Sub Variabel <i>Physical Evidence</i> (X <sub>7</sub> ).....	79
4.2.2 Variabel Keputusan Menabung (Y) .....	82
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.3.1 Uji Normalitas Data .....	85
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	87
4.3.3 Uji Multikolinearitas .....	88
4.4 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	88
4.5 Pengujian Hipotesis.....	91
4.5.1 Uji Simultan (Uji Statistik F) .....	91
4.5.2 Uji Parsial (Uji Statistik t).....	93
4.5.3 Pengujian Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ).....	98
4.6 Pembahasan .....	98

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	103
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....	104
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN.....	111
Laporan Hasil Wawancara .....	112
Kuesioner .....	115
Hasil Kuesioner.....	120
HasilKuesioner (Tabulasi MSI) .....	124
Output SPSS.....	127

## DAFTAR TABEL

Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	44
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	46
Tabel 3.3 Pedoman Koefisien Korelasi.....	54
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas .....	55
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 3.6 Kategori Interpretasi Skor .....	59
Tabel 4.1 Jawaban Responden Terhadap Sub Variabel <i>Product</i> ( $X_1$ ) .....	68
Tabel 4.2 Jawaban Responden Terhadap Sub Variabel <i>Price</i> ( $X_2$ ).....	70
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Sub Variabel <i>Promotion</i> ( $X_3$ ).....	72
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Sub Variabel <i>Place</i> ( $X_4$ ) .....	74
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Sub Variabel <i>People</i> ( $X_5$ ) .....	76
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Sub Variabel <i>Process</i> ( $X_6$ ) .....	78
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Sub Variabel <i>Physical Evidence</i> ( $X_7$ ) .....	80
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Menabung ( $Y$ ) .....	83
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	86
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik F .....	90
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik t .....	91
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Pembeli .....	25
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	39
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian .....	47
Gambar 3.2	Kriteria Interpretasi Nilai.....	59
Gambar 4.1	Grafik Persentase Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Gambar 4.2	Pengkategorian Sub Variabel <i>Product</i> ( $X_1$ ) .....	69
Gambar 4.3	Pengkategorian Sub Variabel <i>Price</i> ( $X_2$ ) .....	71
Gambar 4.4	Pengkategorian Sub Variabel <i>Promotion</i> ( $X_3$ ).....	73
Gambar 4.5	Pengkategorian Sub Variabel <i>Place</i> ( $X_4$ ).....	75
Gambar 4.6	Pengkategorian Sub Variabel <i>People</i> ( $X_5$ ).....	77
Gambar 4.7	Pengkategorian Sub Variabel <i>Process</i> ( $X_6$ ) .....	79
Gambar 4.8	Pengkategorian Sub Variabel <i>Physical Evidence</i> ( $X_7$ ).....	81
Gambar 4.9	Pengkategorian Variabel Keputusan Menabung(Y) .....	84
Gambar 4.10	Grafik P-P Plot Uji Normalitas Residual .....	85
Gambar 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	87
Gambar 4.12	Kurva Daerah PenerimaandanPenolakan Ho uji F.....	92
Gambar 4.13	Kurva Daerah PenerimaandanPenolakan Ho uji t Hipotesis Pertama....	93
Gambar 4.14	Kurva Daerah PenerimaandanPenolakan Ho uji t Hipotesis Kedua .....	94
Gambar 4.15	Kurva Daerah PenerimaandanPenolakan Ho uji t Hipotesis Ketiga .....	95
Gambar 4.16	Kurva Daerah PenerimaandanPenolakan Ho uji t Hipotesis Keempat .	95
Gambar 4.17	Kurva Daerah PenerimaandanPenolakan Ho uji t Hipotesis Kelima....	96
Gambar 4.18	Kurva Daerah PenerimaandanPenolakan Ho uji t Hipotesis Keenam ..	96
Gambar 4.19	Kurva Daerah PenerimaandanPenolakan Ho uji t Hipotesis Ketujuh...	97