



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT. BPR WILIS PUTRA UTAMA BANYUWANGI**

*The Influence Of Promotion Mix Of Customer Satisfactions In PT. BPR Wilis
Putra Utama Banyuwangi*

SKRIPSI

Oleh :

**Lisa Yuvita Novaria
NIM. 080910292032**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM

Dosen Pembimbing Anggota : Yoslinda Dwi Handini, S. Sos, MAB

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan kepada orang yang berarti bagiku, mereka yang mampu memberikan ketenangan hati, dan selalu menjadi alasanku untuk tetap bertahan, skripsi ini kupersembahkan untuk ;

1. Kedua orang tua tercinta, ayah Heru Sukotjo dan ibu Nur Khotijah, terima kasih tiada tara atas segala hal yang tidak bisa dibalas dengan apapun sehingga saya seperti ini menjadi sesuatu yang berarti,
2. Saudaraku, Dermawan, Yoga Pratama dan Rindhaviana beserta seluruh keluarga besar, yang telah menjadi bagian penting dari perampungan Skripsi ini.
3. Buat seseorang yang dengan kehadirannya aku berarti, Ronny Stevent Manangka yang telah menjaga dan membuatku mengerti tentang segala yang selama ini sulit kupahami.
4. Orang tua angkatku, Sandra Ratulanie yang selalu memberiku semangat dan topangan doa dalam setiap perjalananku.
5. Untuk Almamater tercinta, yang telah mampu merubah saya menjadi seorang yang lebih berarti.

MOTTO

Kita cenderung menilai kesuksesan dari jumlah penghasilan kita atau ukuran mobil-mobil kita, bukan dari kualitas layanan dan hubungan kita dengan sesama manusia. (Martin Luther King Jr)



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lisa Yuvita Novaria

NIM : 080910292032

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh bauran promosi terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Wilis Putra Utama Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya saya, kecuali substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

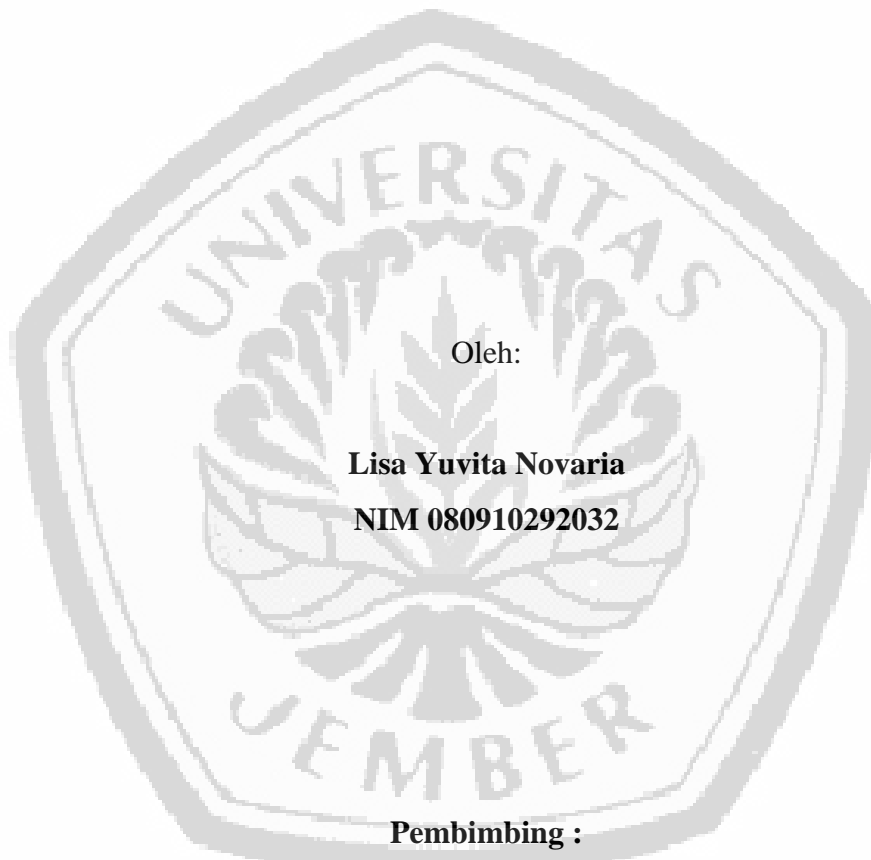
Jember, 12 Juni 2013

Yang memberikan pernyataan

Lisa Yuvita Novaria
080910292032

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT. BPR WILIS PUTRA UTAMA BANYUWANGI**



Oleh:

Lisa Yuvita Novaria

NIM 080910292032

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM

Dosen Pembimbing Anggota : Yuslinda Dwi Handini, S. Sos, MAB

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Wilis Putra Utama Banyuwangi” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Kamis, 27 Juni 2013

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Dr. Sasongko, M.Si

NIP. 19570407 198609 1 001

Anggota I,

Anggota II

Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM

NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota III,

Yuslinda Dwi H, S.Sos., M.AB

NIP. 19790919 200812 2 001

Anggota IV,

Drs. Didik Eko Julianto. MAB

NIP. 19610722 198902 1 001

Drs. Totok Supriyanto, M.Si

NIP. 19501004 197702 1 001

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP.195207271981031003

RINGKASAN

Pengaruh bauran promosi terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Willis Putra Utama Banyuwangi)". Oleh Lisa Yuvita Novaria; 080910292032 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh parsial dan simultan bauran promosi (periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi) terhadap kepuasan nasabah dan mengetahui variabel bauran promosi yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini dilakukan pada Nasabah PT. BPR Wilis Putra Utama Banyuwangi. Model penelitian adalah dengan penelitian lapangan (*field research*). Metode penelitian lain yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kepustakaan (*library research*) yang dilaksanakan dengan membaca buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti serta hasil penelitian lainnya yang dapat menunjang penelitian ini.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji F, dan uji t. Regresi berganda digunakan untuk menggambarkan model hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji F sering disebut uji simultan, yang digunakan untuk menguji apakah variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel dependen atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran promosi memiliki pengaruh yang signifikan hal ini didasarkan pada besarnya nilai $F_{hitung} = 15.485 > F_{tabel} = 2.47$, sementara secara parsial nilai $-T_{hitung} (x_1, -7.288) (x_2, -5.192) (x_3, -4.800) (x_4, -7.562) < -T_{Tabel}, (-1.985)$ sehingga bauran promosi berpengaruh terhadap terhadap kepuasan nasabah, sementara promosi penjualan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap terhadap kepuasan nasabah yaitu (0.429).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial atau simultan.

PRAKATA

Segala puji sukur saya haturkan sedalam-dalamnya Kehadirat Allah SWT, atas segala nikmat dan lindungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh bauran promosi terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Wilis Putra Utama Banyuwangi”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, terutama penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan selaku pembimbing Utama;
3. Drs. Suhartono, MP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik;
4. Drs. Poerwanto, MA, selaku dosen pembimbing akademik;
5. Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan fikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi selesainya penulisan Skripsi ini;
6. Yuslinda Dwi Handini, S. Sos, MAB, selaku Dosen Pembimbing 2 terima kasih atas segala pemahama yang telah diberikan
7. Seluruh staf dan karyawan PT. BPR Wilis Putra Utama Banyuwangi.terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan.
8. Seluruh civitas akademika di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.
9. Keluarga besar penulis, ayah dan bunda tercinta serta kerabat yang tak mungkin dapat kami sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala perjuangan demi untuk mengantarkan saya menjadi manusia yang lebih berarti.

10. Rekan-rekan senasib seperjuangan di Program Studi Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik atas kebersamaan selama ini, Reffa, Niar, Meis, Pipin dkk.
11. Terima kasih kepada semua pihak yang turut serta menjadi bagian dari penyusunan Skripsi ini.

Kami telah curahkan segenap kemampuan baik tenaga ataupun pikiran guna menjadikan skripsi ini tanpa cacat. Namun kami sadar bahwa tiada gading yang tak retak, mengingat hal itu kami sepenuhnya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka oleh karena itu saya mengharapkan tegur sapa semua pihak demi memperbaiki skripsi ini baik dari saran ataupun kritik. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini tidak hanya menjadi prasyarat Strata satu (S1) semata, tapi juga bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

Jember, 12 Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	v
PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Pemasaran	8
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.2 Proses Pemasaran	10
2.2.3 Pemasaran Jasa	10
2.2.4 Strategi Pemasaran	10
2.3 Bauran Promosi	12
2.3.1 Pengertian Bauran Pomosi.....	12
2.3.2 <i>Advertising</i> (iklan)	14
2.3.2 Promosi Penjualan	20

2.3.3 Hubungan Masyarakat.....	22
2.3.4 Penjualan Pribadi.....	23
2.4 Kepuasan Konsumen	26
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	26
2.4.2 Komponen Kepuasan Konsumen	27
2.4.3 Ciri-ciri konsumen yang puas.....	27
2.4.4 Elemen Kepuasan Konsumen.....	28
2.4.5 Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen.....	29
2.4.6 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	29
2.4.7 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	30
2.5 Hubungan Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.	31
2.12 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Model Konsep.....	34
3.3 Model Hipotesis.....	35
3.4 Hipotesis Penelitian	35
3.5 Tahapan Penelitian.....	37
3.6 Tahap Pengumpulan data.....	39
3.7 Tahap Analisis Data.....	40
3.8 Definisi Operasional Variabel	43
3.9 Uji Instrumen	47
3.9.1 Uji Validitas.....	47
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.10 Uji Asumsi Klasik	48
3.11 Analisis Data.....	49
3.11.1 Regresi Linier Berganda.....	49
3.11.2 Uji Statistik.....	50
3.12 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	52
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53

4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Validitas Instrumen	54
4.2.2 Reliabilitas Instrumen.....	54
4.3 Analisis Distribusi Frekuensi.....	55
4.3.1 Variabel Bebas.....	55
4.3.2 Variabel Terikat.....	63
4.4 Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1 Uji Normalitas	64
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	65
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	65
4.5 Analisa Data.....	66
4.5.1 Analisis Regresi Berganda.....	66
4.5.2 Uji Hipotesis	68
4.6 PEMBAHASAN.....	71
4.6.1 Bauran Promosi	71
4.6.2 Iklan.....	72
4.6.3 Promosi Penjualan	72
4.6.4 Hubungan Masyarakat.....	73
4.6.5 Penjualan Pribadi.....	74
4.6.6 Variabel yang Berpengaruh Dominan Terhadap Kepuasan Nasabah	75
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	

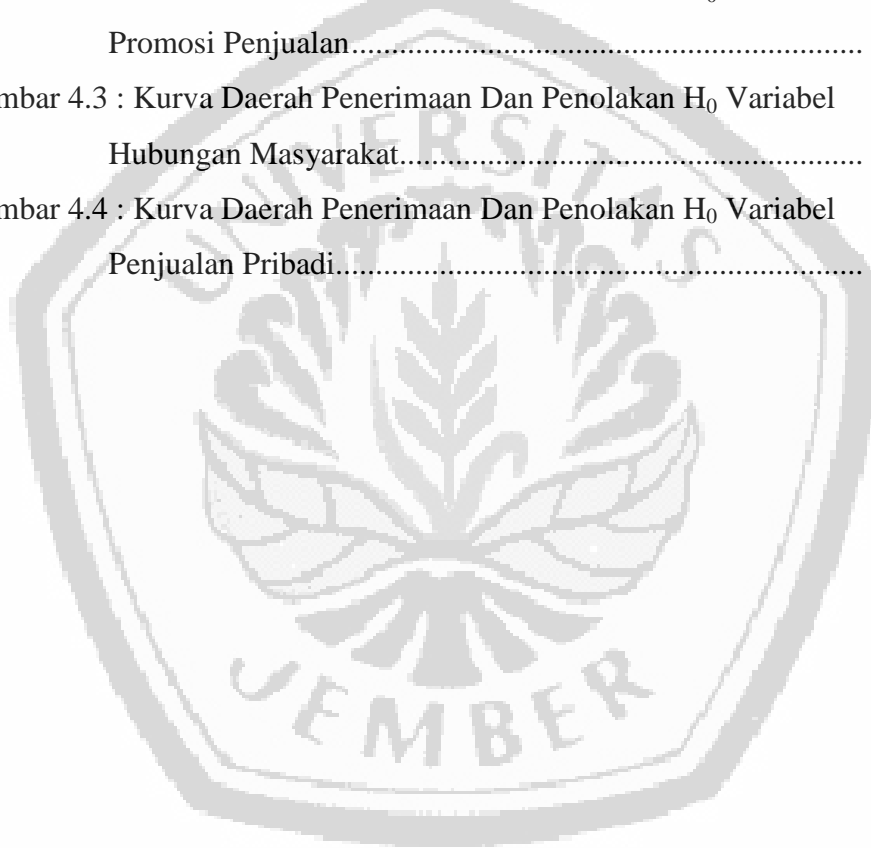
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar BPR di Kabupaten Banyuwangi	5
Tabel 1.2 : Data karyawan dan nasabah	6
Table 2.1: Jenis-Jenis Media Utama Periklanan	16
Tabel 2.2 : Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.	32
Tabel 3.1 : Devinisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Instrumen	54
Tabel 4.2 : Distribusi Responden berdasarkan Iklan	56
Tabel 4.3 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Tampilan Iklan	56
Tabel 4.4 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Kata yang Menimbulkan Minat	56
Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Maksud Iklan/brosur	57
Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Promosi Penjualan	57
Tabel 4.7 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Penghargaan Kepada nasabah	58
Tabel 4.8 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Pemberian Souvenir	58
Tabel 4.9 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Potongan Harga/angsuran	59
Tabel 4.10 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Hubungan Masyarakat	59
Tabel 4.11 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Papan Info perusahaan	60
Tabel 4.12: Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Mempertahankan Hubungan Baik	60

Tabel 4.13: Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Pemberian Bantuan Dana	61
Tabel 4.14: Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Penjualan Pribadi	61
Tabel 4.15: Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Karyawan yang Ramah	62
Tabel 4.16: Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Komunikasi Yang Baik	62
Tabel 4.17 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Pilihan Produk	62
Tabel 4.18 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Kepuasan Nasabah	63
Tabel 4.19 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Transaksi Ulang	63
Tabel 4.20 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Rekomendasi Pada Orang Lain	64
Tabel 4.21 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Pertimbangan Memilih BPR	64
Tabel 4.22 : Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.23 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model Pemasaran	12
Gambar 3.1 : Model Konsep	34
Gambar 3.2 : Model Hipotesis	35
Gambar 4.1 : Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Variabel Periklanan.....	69
Gambar 4.2 : Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Variabel Promosi Penjualan.....	69
Gambar 4.3 : Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Variabel Hubungan Masyarakat.....	70
Gambar 4.4 : Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Variabel Penjualan Pribadi.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Surat Tugas Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Distribusi Frekuensi Variabel
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Analisa Data

