



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN
TAHAPAN PADA PT BANK CENTRAL ASIA CABANG
PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Oleh

Intan Indah Lestari

NIM 070810201006

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2011



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN TAHAPAN PADA PT
BANK CENTRAL ASIA CABANG PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh
Intan Indah Lestari
NIM 070810201006

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Intan Indah Lestari
NIM : 070810201006
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN TAHAPAN PADA PT
BANK CENTRAL ASIA CABANG PROBOLINGGO

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

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

Jember, 16 Mei 2011

Yang Menyatakan,

Intan Indah Lestari
070810201006

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Tahapan Pada PT Bank Central Asia Cabang Probolinggo

Nama : Intan Indah Lestari

NIM : 070810201006

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, M.Si
NIP 195012211978011001

Ika Barokah, SE, MM
NIP 197805252003122002

Ketua Jurusan

Dr. Istifadah, M. Si
NIP 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH TABUNGAN TAHAPAN PADA PT BANK CENTRAL ASIA
CABANG PROBOLINGGO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Intan Indah Lestari
NIM : 070810201006
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua :
Sekretaris :
Anggota :

Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M. Sc
NIP 19560831 198403 1 002

LEMBAR PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan sebagai rasa terima kasihku kepada;

Allah SWT, cahaya dalam kalbu, inspirasi jiwa, tempat menundukkan jiwa dan ragaku. Semoga semua mendapat Ridho dariMu.

Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya ke jalan yang terang.

Papa (Bambang Permadi) dan Mama (Sri Sunaryati) tercinta, entah berapa juta terima kasih yang pantas ananda ucapkan, berapa penghargaan yang pantas ananda berikan, jiwamu, kasihmu, cintamu dan keberadaanmu adalah cahaya yang terang dalam hidup ananda.

Kakakku tersayang, Dian Retnaningsih atas perhatian dan kasih sayangnya yang telah menemani hari-hariku menjadi ceria.

Keluarga besarku atas dukungan dan doanya.

Almamaterku yang aku banggakan, tempat aku menuntut ilmu.

MOTTO

** Sukses tidak diukur dari posisi yang dicapai seseorang dalam hidup, tapi dari kesulitan-kesulitan yang berhasil diatasi ketika berusaha meraih sukses”*

(Booker T. Washington)

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).

Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS: Al-Insyirah : 6-8)

“ Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusuk,”

(QS: Al Baqarah ayat 25)

“ Jalani hidup ini dengan baik dan manfaatkan waktumu untuk berbuat yang terbaik dalam segala segala hal.

(my self)

“ Bila ingin maju dan bahagia, tinggalkan dan lupakan masa lalumu yang buruk, songonglah masa depanmu dengan semangat bahwa engkau bisa menjadi lebih baik, Tataplah hari depanmu dengan penuh keceriaan dan persiapkan dirimu menyongsong

kebahagiaan.

(my self)

“Pelajaran yang terbaik adalah rintangan yang dihadapi dalam tugas hidup dan kehidupan yang berhasil dilalui berkat adanya ketabahan, semangat dan ketelitian.

(my self)

ABSTRAK

Citra pembuat (*corporate image*), Citra pemakai (*user image*) dan Citra produk (*product image*) merupakan salah satu indikator penting untuk mengetahui dan menganalisis *brand image* (citra merek) dalam mengambil keputusan memilih jasa perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra pembuat, citra pemakai dan citra produk terhadap keputusan nasabah dengan menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil responden sebesar 84 responden. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai $F_{hitung} = 12,944$ dan nilai signifikan 0,00. Secara parsial variabel citra pembuat tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai $t_{hitung} = 1,275 < t_{tabel} = 1,671$. Variabel citra pemakai berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai $t_{hitung} = 2,604 > t_{tabel} = 1,671$. Variabel citra produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai $t_{hitung} = 2,091 > t_{tabel} = 1,671$.

Kata Kunci : Citra Pembuat, Citra Pemakai, Citra produk, Keputusan Memilih dan Analisis Regresi Linier Berganda.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang dengan segala kebesaran dan kemurahanNya telah melimpahkan rahmat dan kemudahan dalam setiap langkah sehingga penyusunan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Tahapan Pada PT Bank Central Asia Cabang Probolinggo”** dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu kewajiban untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya, akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Moh. Saleh, M. Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Isti Fadah, M. Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Abdul Halim.M, Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Ika Barokah, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang dengan segenap perhatian dan penuh kesabaran memberikan semangat, bimbingan, dan saran sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
5. Seluruh Karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang memberikan waktu dan bantuannya demi kelancaran penelitian ini.
6. My Mom, Ibu Sri Sunaryati sosok yang paling ananda kagumi...ibuu...adalah salah satu alasan ananda untuk tetap hidup didunia ini...sang penawar dikala perihku dikala ananda dilanda kegalauan...sang malaikat pelindungku yang selalu memberikan kasih sayang abadinya kepadaku tanpa henti...ibuu, maksi yaa atas do'a malam selama ini...dengan iringan tangis tulusmu yang tak pernah kering...yang senantiasa menyejukkan hatiku...ibu, inspirasi terbesar dalam hidupku hingga ananda dapat kuat

melalui semua ini...matur nuwun sanget buu...how lucky me to have you mom...semoga intan bisa bikin ibu bahagia dan bangga...

7. My dad, Bapak Bambang Permadi Maturnuwun sanget. Doa-doanya buat intan' selama ini, dukungan tak terhingga buat intan'...yang telah sabar dalam membimbing intan'... makasii atas kasih sayang dan perhatian yang tulus...
8. My Sister, Mbakq Dian Retnaningsih makasih ya...atas dukungannya dan doanya yang sudah setia banget jadi dosen pembimbing 3,hehe...
9. Temen-temen seperjuangan yang saling menghibur untuk tetap bersabar, Ashri, Ika, Indri, Isnin, Corry pokoknya semuanya wez yang nempuh skripsi tetep berjuang y!!!
10. Temen-temen kosan, Tita, Lusi, Iim, Rida, Mely, Septi, Siti, Depok, Nita, Maya, Eris, Vika dan Sinta makasih atas perhatian serta canda tawanya dan support kalian sangat berarti banget. Terima kasih atas kekompakkannya selama ini, tetep jadi keluarga besar meski kita nggak lagi bersama.
11. Bapak Suskaryanto beserta keluarga, yang telah memberi nasehat, dorongan serta bantuannya.
12. Temen-temen Manajemen 07 yang tidak bisa sebut satu, *Keep In Friend* ya...!!!
13. Semua pihak yang sudah berikan semangat, dorongan, yang membuatku bisa bangkit makasii bgt y....

Semoga dengan amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan rahmat dan karunia yang setimpal dari Allah SWT. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak dalam proses menerapkan ilmu yang penulis dapatkan di bangku kuliah, paling tidak skripsi ini diharapkan mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan. Amin...

Jember, Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 LatarBelakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Merek	7
2.1.2 Manfaat Merek	8
2.1.3 Pengertian <i>Brand Image</i>	8
2.1.4 Komponen <i>Brand Image</i>	9
2.1.5 Manfaat <i>Brand Image</i>	9
2.1.6 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.1.7 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Membeli	10
2.1.8 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12

2.2 Kajian Empiris	16
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis	19
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.2.1 Jenis Data	21
3.2.1 Sumber data	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Populasi dan Sampel	22
3.4.1 Populasi	22
3.4.2 Sampel	22
3.5 Teknik Pengukuran	23
3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	23
3.6.1 Identifikasi Variabel	23
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.7 Uji Instrumen	25
3.7.1 Uji Validitas	25
3.7.2 Uji Reliabilitas	26
3.8 Metode Analisis Data.....	26
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	26
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	27
3.8.2.2 Uji Multikolinearitas	28
3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.9 Uji Hipotesis	30
3.9.1 Uji F	30
3.9.2 Uji t	31
3.9.3 Koefisien Determinasi Berganda	31
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	33

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.2 Karakteristik Responden	43
4.1.4 Uji Instrumen	47
4.1.5 Analisis data.....	49
4.1.6 Uji Hipotesis	57
4.2 Pembahasan	58
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Tabel 4.6 Uji Validitas	48
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Pembuat.....	49
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Pemakai	50
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Produk	51
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Memilih.....	52
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.13 Hasil Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji F	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	16
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Central Asia	37
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	54
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner	68
Lampiran 2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	73
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Penelitian	76
Lampiran 4 Uji Validitas	78
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	80
Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 7 Uji Normalitas.....	85
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas.....	88
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas	90