



**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 : Yulinda 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 alasan 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 Ratulangie 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

Yuslinda Dwi H, S.Sos., M.AB  
NIP. 19790919 200812 2 001

Anggota III,

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

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
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
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
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
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
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
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
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
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## 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
Tabel4.6 : 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