

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENJADI NASABAH PADA
BANK PEMERINTAH DI YOGYAKARTA**



Oleh

AGUS SALIM H. HUTABARAT

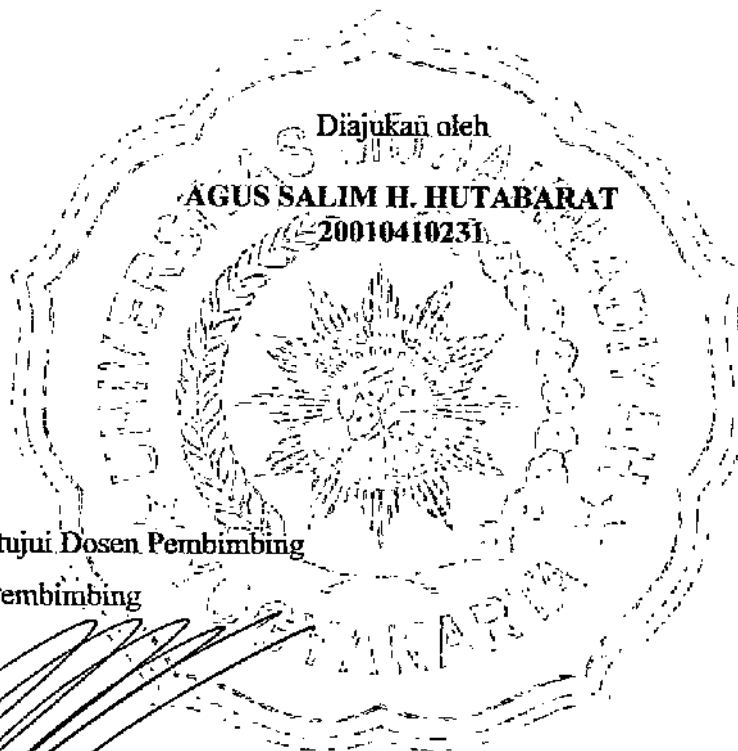
(20010410231)

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2007

SKRIPSI
PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENJADI NASABAH PADA
BANK PEMERINTAH DI YOGYAKARTA



Diajukan oleh

AGUS SALIM H. HUTABARAT

20010410231

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Mistahul Anwar, S.E., M.Si.

NIK : 143 041

Tanggal 30 Juli 2007

SKRIPSI
PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENJADI NASABAH PADA
BANK PEMERINTAH DI YOGYAKARTA

Diajukan oleh

AGUS SALIM H. HUTABARAT
20010410231

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal: 24 Juli 2007

Yang Terdiri Dari


Indah Fatmawati, S.E., M.Si.

Ketua Tim Penguji


Isthofaina Astuti, S.E., M. Si.

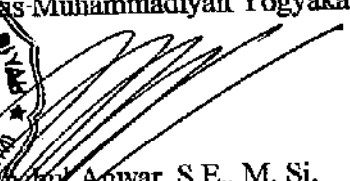
Anggota Tim Penguji


Ika Nurul Qamari, S.E., M. Si

Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta




Anwar, S.E., M. Si.

NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Agus Salim H. Hutabarat

Nomor Mahasiswa : 20010410231

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "Pengaruh Faktor-Faktor *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menjadi Nasabah Pada Bank Pemerintah Di Yogyakarta" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau yang pernah diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 30 Juli 2007

Agus Salim H. Hutabarat

MOTTO

Dan kebanyakan mereka tidak mengikuti kecuali persangkaan saja. Sesungguhnya persangkaan itu tidak sedikitpun berguna untuk mencapai kebenaran. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang mereka kerjakan.

(Qs.: Yunus ayat 36)

Apakah hukum Jahiliyah yang mereka kehendaki, dan (hukum) siapakah yang lebih baik daripada (hukum) Allah bagi orang-orang yang yakin?

(Qs.: Al Maa'idah ayat 50)

Perumpamaan orang-orang yang mengambil pelindung-pelindung selain Allah adalah seperti laba-laba yang membuat rumah. dan Sesungguhnya rumah yang paling lemah adalah rumah laba-laba kalau mereka Mengetahui.

(Qs.: Al 'Ankabut ayat 41)

Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.

(Qs.: At Tahrim ayat 6)

PERSEMBAHAN

- ☺ Allah SWT, karena dengan rahmat dan karuniaNYA sehingga hasil karya ini dapat terselesaikan, walaupun hasil karya ini masih banyak kesalahan dan kekurangannya.
- ☺ Ucapan banyak terima kasih Agus haturkan kepada Bapak dan Mama dengan yang telah bersusah payah membesarkanku, mendidikku dengan doa dan cinta, sehingga dapat menyelesaikan kuliah. Agus hanya bisa berharap semoga kelak dapat membanggakan Bapak dan Mama.
- ☺ Resky, konsentrasilah sama kuliah, biar cepat lulus. Siap-siap masuk AKPOL.
- ☺ Buat semua adik-adik, ky andre, parlin dan devin belajar yang giat ya.... Jangan main melulu. dan jagan suka berantam.
- ☺ Buat bang irya, apa kabar bang? Da kerja blum? Kapan nikah? Kapan kita bisa masak bareng lagi sambil gitting kalau bisa.
- ☺ Buat Abai, kapan itu skripsi digarap bay... jangan maen melulu. Sudah saatnya ngelakuin hal yang berguna coy.
- ☺ Thank'X for MY Queen (Puput), yang telah memberiku kesenangan dan kesedihan, menemaniku disaat sedih dan senang dan telah banyak memberikan semangat (walau kadang cuma matu bebek) dalam penulisan skripsi ini. Atas semua kesalahan ky, Aku minta maaf ya. Untung ada dirimu pas waktu aku pendadaran, klo nggak tau dech..
- ☺ Trimakasih buat adit yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Sorry kmaren dit kita gak sempat ketemu. Mudah-mudahan besok kalo ada rejeki aku maen ke Cirebon. Sukses selalu boz..
- ☺ Trimakasih buat Mas Dodo yang telah banyak membantu dan memberikan banyak saran maupun kritik dalam penyusunan skripsi ini.

- 😊 Trimakasih buat cris yang telah memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Piye, wes kerja orong?
- 😊 Buat Agung, Sory kemaren aku nggak bisa bantu banyak pas lagi ada kerjaan. Maklum lagi sibuk belajar bos buat pendadaran. Thank's bro atas pengertiannya. "gila lu ndro.."
- 😊 Hasan, jangan ngegame mulu. Ingat kuliah mbul... Riza juga, jangan dugem mulu. Skripsinya di kerjain tu.
- 😊 Trimakasih Kanggo bocah-bocah manajemen D, thanks untuk persahabatannya selama ini. Dan semua anak-anak kelas D yang tidak mungkin aku sebutkan satu persatu, dan aku minta maaf apabila dijogja aku ada salah ama kalian.
- 😊 Dan semuanya yang sudah mengenalku, saya ucapkan terimakasih dan mohon maaf apabila ada kesalahan yang belum sempat saya ucapkan.

Intisari

Penelitian ini dilakukan Untuk menguji pengaruh faktor-faktor *marketing mix* terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pada Bank Pemerintah di Yogyakarta. Dengan mempergunakan nasabah Bank BNI dan Bank Mandiri Cabang Yogyakarta yang memiliki pendapatan minimal Rp 2.500.000 sebagai subyek penelitian, responden diminta untuk menjawab daftar pertanyaan yang disebarakan melalui kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan tujuh variabel *marketing mix* produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan kondisi fisik, berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Pemerintah di Yogyakarta. Artinya bila faktor produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan kondisi fisik semakin meningkat maka keputusan menjadi nasabah pada Bank Pemerintah di Yogyakarta (Bank BNI dan Bank Mandiri Yogyakarta) akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya. Secara parsial *marketing mix* produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan kondisi fisik, berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Pemerintah di Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik produk yang ditawarkan, semakin murah harga yang ditetapkan, semakin strategis lokasi bank, semakin baik promosi yang dilakukan, semakin baik kinerja petugas bank, mudah dalam proses transaksi dan kondisi fisik yang semakin menarik maka keputusan nasabah akan semakin tinggi. Dan produk merupakan faktor yang paling dominan terhadap pengambilan keputusan dalam menabung pada Bank Pemerintah Yogyakarta.

Kata kunci: Marketing Mix, pengambilan keputusan menabung di Bank Pemerintah Yogyakarta

ABSTRAK

This research aimed to test marketing mix factors to consumer decision to be a client in governmental bank at Yogyakarta.using both BNI Bank and Mandiri Bank Branch of Yogyakarta that has minimum income of Rp. 2.500.000 as analysis subject. Respondent was asked to answer the list of question by questionnaire.

The result of research indicated that there were simultaneous influence of seven variables of marketing mix influence including product(X1), price (X2), place (X3), promotion (X4), person (X5), process (X6), and physical condition (X7) significantly on decision to be client in governmental Bank at Yogyakarta. It means if factor of product (X1), Price (X2), place (X3), promotion (X4), person (X5), process (X6) and physical condition (X7) increasingly raise, as well as in converse. In partial, marketing mix in product (X1), Price (X2), place (X3), promotion (X4), person (X5), process (X6) and physical condition (X7) significantly influenced on decision to be a client in governmental Bank at Yogyakarta. It mean better product offered, cheaper price stated, more strategic location of bank, better promotion done, better performance of bank's employed, easy to process of transaction and condition more interesting, then decision of client will be higher. And, product is most dominant factor on consumer's decision to be client in governmental Bank t Yogyakarta.

Keyword: marketing mix, decision to save in governmental bank at Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Rasa Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Faktor-Faktor *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menjadi Nasabah Pada Bank Pemerintah Di Yogyakarta".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dengan telah selesainya penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas dukungan, arahan, serta saran baik secara langsung maupun tidak langsung dari awal penulisan hingga akhir penulisan skripsi ini.

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dekan fakultas Ekonomi yang telah berkenan memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis.
2. Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan petunjuk dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

3. Ibu Meika Kurnia Puji R.D.A, S.E. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama menempuh kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis selama di bangku kuliah.
5. Orang tua serta seluruh keluarga atas dorongan serta doa restunya hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tak mungkin disebutkan satu-persatu.

Semoga amal serta kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Penyusun menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penyusun mengharapkan segala macam saran dan kritik yang sangat berguna untuk perbaikan dimasa mendatang. Penyusun berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penyusun dan siapapun yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 30 Agustus 2007

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7

A.	Landasan Teori.....	7
1.	Pengertian <i>Marketing Mix</i>	7
2.	Variabel <i>Marketing Mix</i>	8
3.	Perilaku Konsumen	11
4.	Keputusan Pembelian	12
B.	Hipotesis.....	13
BAB III METODA PENELITIAN.....		22
A.	Metoda Penelitian	22
1.	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	22
2.	Tehnik Pengambilan Sampel.....	22
1.	Jenis Data.....	23
2.	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
4.	Uji Kualitas Instrumen.....	26
B.	Uji Hipotesis Dan Analisis Data.....	28
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		31
A.	Karakteristik Responden.....	31
1.	Jenis Kelamin.....	31
2.	Usia.....	32
3.	Pendapatan.....	33
4.	Pekerjaan.....	34

B.	Uji Instrumen	36
1.	Uji Validitas.....	36
2.	Uji Keandalan Instrumen Penelitian.....	38
C.	Analisis Kuantitatif.....	39
1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
2.	Pengujian Hipotesis Pertama.....	40
3.	Pengujian Hipotesis Kedua.....	43
4.	Pengujian Hipotesis Ketiga.....	46
D.	Pembahasan Dan Implikasi.....	47
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....		55
A.	Kesimpulan.....	55
B.	Saran.....	56
C.	Keterbatasan Penelitian.....	57

DAFTAR TABEL

4.1.	Data Jumlah Responden.....	31
4.2.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.3.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	32
4.4.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	34
4.5.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.6.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menabung.....	35
4.7.	Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan.....	37
4.8.	Ringkasan Hasil Pengujian Reabilitas.....	39
4.9	Estimasi Regresi Linear Berganda.....	41
4.10	Hasil Uji F.....	42
4.11	Nilai Dari Koefisien Determinasi, Koefisien Korelasi, Dan Standar Error Of Estimate Dari Hasil Analisa Regresi.....	43
4.12	Koefisien Beta	47

DAFTAR GAMBAR

2.1	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	13
2.2	Model Penelitian	21