

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NASABAH *BANKABLE*  
DAN *NONBANKABLE* PADA BANK DANAMON INDONESIA  
CABANG PEMBANTU BOBOTSARI PURBALINGGA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Mencapai Derajat Sarjana S-1**

**Oleh:  
AKHMAD RIYANTO  
0702010015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2011**

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: “Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah *Bankable* dan *Nonbankable* pada Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari”. Tujuan penelitian adalah :1) untuk mengetahui pengaruh bauran promosi yang meliputi periklanan, *personal selling*, publisitas, dan promosi penjualan terhadap keputusan pengambilan kredit, 2) untuk mengetahui bauran promosi yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pengambilan kredit, 3) untuk mengetahui perbedaan pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pengambilan kredit antara nasabah *bankable* dan *non bankable*. Penelitian ini merupakan penelitian survai,. Metode pengambilan sampel menggunakan *proportional purposive sampling*, dengan subjek penelitian nasabah kredit. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji elastisitas dan uji beda (t-test) dengan tingkat signifikansi 0,05.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Periklanan, *personal selling*, publisitas, dan promosi penjualan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pada Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari, 2) *Personal selling* memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pengambilan kredit pada Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari., 3) Tidak ada perbedaan pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pengambilan kredit nasabah *bankable* dan *Nonbankable* pada Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari.

Kata kunci : Bauran promosi, Keputusan pengambilan kredit, Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari.

## ABSTRACT

The research entitled: "Analysis Influence of Promotional Mixed on Taking Credit Decision into Bankable and Nonbankable Customer at Bank Danamon Sub Branch Bobotsari Purbalingga". Research objectives are: 1) to know the influence of promotional mix include advertising, personal selling, publicity, sales promotion toward credit taking decision, 2) to know the promotion mix that has the biggest influence toward credit taking decision, 3) to know the difference influence promotional mix toward credit taking decision between bankable and nonbankable customers. This research used survey method. Sampling method used proportional purposive sampling, with the subjects was credit customers. Data analysis method used multiple linear regression, elasticity test and different test (t-test) with level of significance 0.05.

The results of this research shows that: 1) Advertising, personal selling, publicity, and sales promotions have significant influence toward credit taking decision at Bank Danamon Sub Branch Bobotsari Purbalingga, 2) Personal selling has biggest influence toward credit taking decision at Bank Danamon Sub Branch Bobotsari Purbalingga, 3) There is no difference in the influence of promotional mix toward credit taking decision on customer of bankable and nonbankable at Bank Danamon Sub Branch Bobotsari Purbalingga

Keywords : Promotional Mixed, Taking Credit Decision, Bank Danamon Sub Branch Bobotsari.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr, Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, S.H., M.H. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Bapak Akhmad Darmawan, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Ibu Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si. selaku Kaprodi Manajemen S-1 sekaligus Dosen Penguji yang telah memberikan masukan berharga bagi skripsi ini.
4. Ibu Dra. Tri Septin MR, M.Si selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Henky Widhiandono, SE, M.Si; selaku Pembimbing II yang telah memberikan kontribusi yang sangat berarti terhadap penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
7. Seluruh staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membantu kelancaran proses administrasi perkuliahan.
8. Pimpinan dan staf PT Bank Danamon Indonesia Cabang Pembantu Bobotsari yang telah banyak memberikan perhatian dan dukungan kepada penulis.
9. Nasabah PT Bank Danamon Indonesia Cabang Pembantu Bobotsari yang telah menjadi responden penelitian ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto, atas kerjasama yang baik sepanjang masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh keluargaku yang terus memotivasi penulis untuk segera menuntaskan studi.
12. Semua pihak semua pihak yang memberikan kontribusi atas penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Namun demikian, penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak/Ibu dan teman-teman semua, amien.

*Wasaalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, Agustus 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Pengertian Bauran Promosi.....	9
B. Keputusan Pembelian Konsumen .....	13
C. Kerangka Pemiikiran .....	19
D. Hipotesis.....	21
<b>III. METODE PENELITIAN DAN ANALISIS</b>	
A. Metode Penelitian .....	22
1. Jenis Penelitian .....	22
2. Subjek Penelitian .....	22
3. Lokasi Penelitian .....	22
4. Sumber Data .....	22
5. Metode Pengumpulan Data .....	23
6. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	23
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel Penelitian .....	24

B. Metode Analisis .....	26
1. Pembobotan Skor .....	26
2. Uji Validitas .....	26
3. Uji Reliabilitas.....	27
4. Regresi Linier Berganda.....	28
5. Uji F .....	29
6. Uji t .....	30
7. Uji Elastisitas .....	31
8. Uji Beda ( <i>t-test</i> ) .....	32
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	33
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	33
2. Gambaran Umum PT Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari.....	35
3. Produk dan Jasa PT Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari.....	36
4. Struktur Organisasi PT Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari.....	38
B. <i>Respon Rate</i> .....	41
C. Karakteristik Responden .....	42
D. Analisis Data .....	46
1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	46
2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
3. Hasil Analisis Regresi.....	61
4. Hasil Uji F .....	65
5. Hasil Uji t .....	66
6. Hasil Uji Elastisitas .....	67
7. Hasil Uji Beda ( <i>t-test</i> ).....	69
8. Pembahasan .....	69
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran .....	76

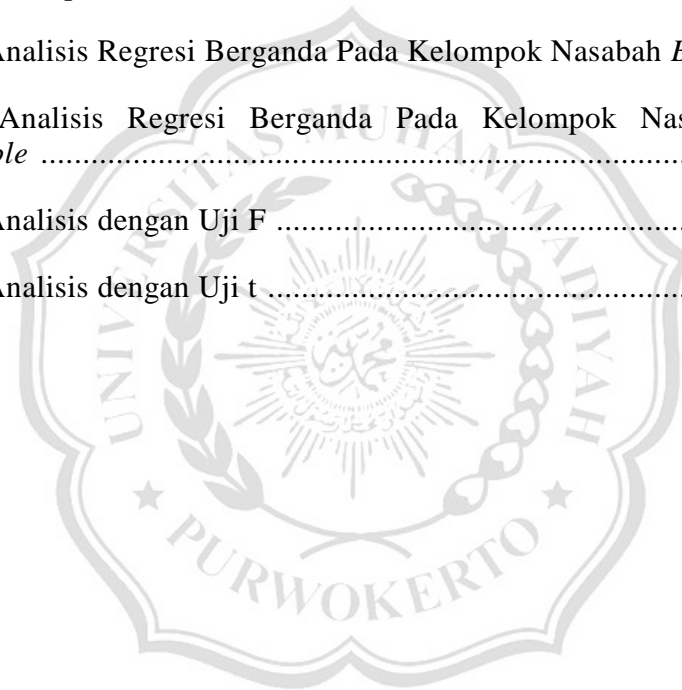
## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	43
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	44
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	45
4.5. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel Periklanan (X1) .....	46
4.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel <i>Personal Selling</i> (X2) .....	47
4.7. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel Publisitas (X3) .....	48
4.8. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel Promosi Penjualan (X4) .....	49
4.9. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) .....	50
4.10. Distribusi Frekuensi Variabel Periklanan (X1) Pada Kelompok Nasabah <i>Bankable</i> .....	52
4.11. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Personal Selling</i> (X <sub>2</sub> ) Pada Kelompok Nasabah <i>Bankable</i> .....	53
4.12. Distribusi Frekuensi Variabel Publisitas (X <sub>3</sub> ) Pada Kelompok Nasabah <i>Bankable</i> .....	54
4.13. Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Penjualan (X <sub>4</sub> ) Pada Kelompok Nasabah <i>Bankable</i> .....	55
4.14. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Kelompok Nasabah <i>Bankable</i> .....	56
4.15. Distribusi Frekuensi Variabel Periklanan (X1) Pada Kelompok Nasabah <i>Non Bankable</i> .....	57

4.16. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Personal Selling</i> (X2) Pada Kelompok Nasabah <i>Non Bankable</i> .....	58
4.17. Distribusi Frekuensi Variabel Publisitas (X3) Pada Kelompok Nasabah <i>Non Bankable</i> .....	59
4.18. Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Penjualan (X4) Pada Kelompok Nasabah <i>Non Bankable</i> .....	60
4.19. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Kelompok Nasabah <i>Non Bankable</i> .....	61
4.20. Hasil Analisis Regresi Berganda Pada Kelompok Nasabah <i>Bankable</i> ..	62
4.21. Hasil Analisis Regresi Berganda Pada Kelompok Nasabah <i>Non Bankable</i> .....	63
4.22. Hasil Analisis dengan Uji F .....	65
4.23. Hasil Analisis dengan Uji t .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	17
2. Kerangka Pikir Penelitian .....	21
3. Bagan Struktur Organisasi PT Bank Danamon Cabang Pembantu Bobotsari	42



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Data *Try Out*
3. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
4. Data Hasil Penelitian
5. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian
6. Hasil Analisis Regresi
7. Hasil Uji Beda (*t-test*)

