

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI
NASABAH DALAM MEMILIH BANK BRI
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh:

NICKEN AGUSTINE SURYANI

NIM : 2012210375

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI
NASABAH DALAM MEMILIH BANK BRI
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh :

NICKEN AGUSTINE SURYANI

NIM : 2012210375

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI
NASABAH DALAM MEMILIH BANK BRI
DI SURABAYA**

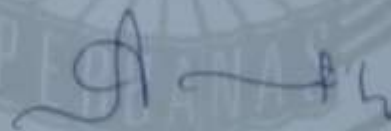
Diajukan Oleh :

NICKEN AGUSTINE SURYANI

2012210375

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 17 - Februari 2016



(Dra.Ec.Aniek Maschudah Iffitriah.,M.Si)

SKRIPSI

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI NASABAH
DALAM MEMILIH BANK BRI
DI SURABAYA

Disusun oleh

NICKEN AGUSTINE SURYANI

NIM : 2012210375

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 17 Februari 2016

Tim Penguji

Ketua : Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM

Sekretaris : Dra.Ec. Aniek Maschudah Iffitriah.,M.Si

Anggota : Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nicken Agustine Suryani
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 26 Agustus 1994
N.I.M : 2012210375
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Persepsi Nasabah Dalam Memilih Bank BRI Di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15 April 2016

Tanggal : 11 April 2016

(Dr. Muazafah, S.E., M.T.)

(Dra. Ec. Aniek Maschudah Hifitriah, M.Si)

MOTTO



**"Kesabaran
sangat dibutuhkan
saat ingin
mencapai sebuah
kesuksesan"**

PERSEMBAHAN

ALLAH SWT

Alhamdulillah, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas karunia dan kemudahan yang engkau berikan sehingga dapat terselesaikan skripsi ini dengan baik.

Orang Tuaku Tercinta

Ayah dan Ibuku terimakasih selalu menasehatiku, mendoakanku, dan memberiku kasih sayang yang tak terhingga serta dukungan yang tak pernah padam. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia.

Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah.,M.Si

Terima kasih saya ucapkan untuk Ibu Aniek yang telah membimbing saya, saya sudah dibantu, dinasehati, diajari dan sabar pada saat membimbing saya. Terimakasih banyak ibu..

Tim Dosen Perbanas

Terima kasih saya ucapkan untuk para dosen penguji atas saran dan masukan untuk perbaikan skripsi ini.

Terima kasih untuk para dosen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu untuk saya.

Adekku Tercinta

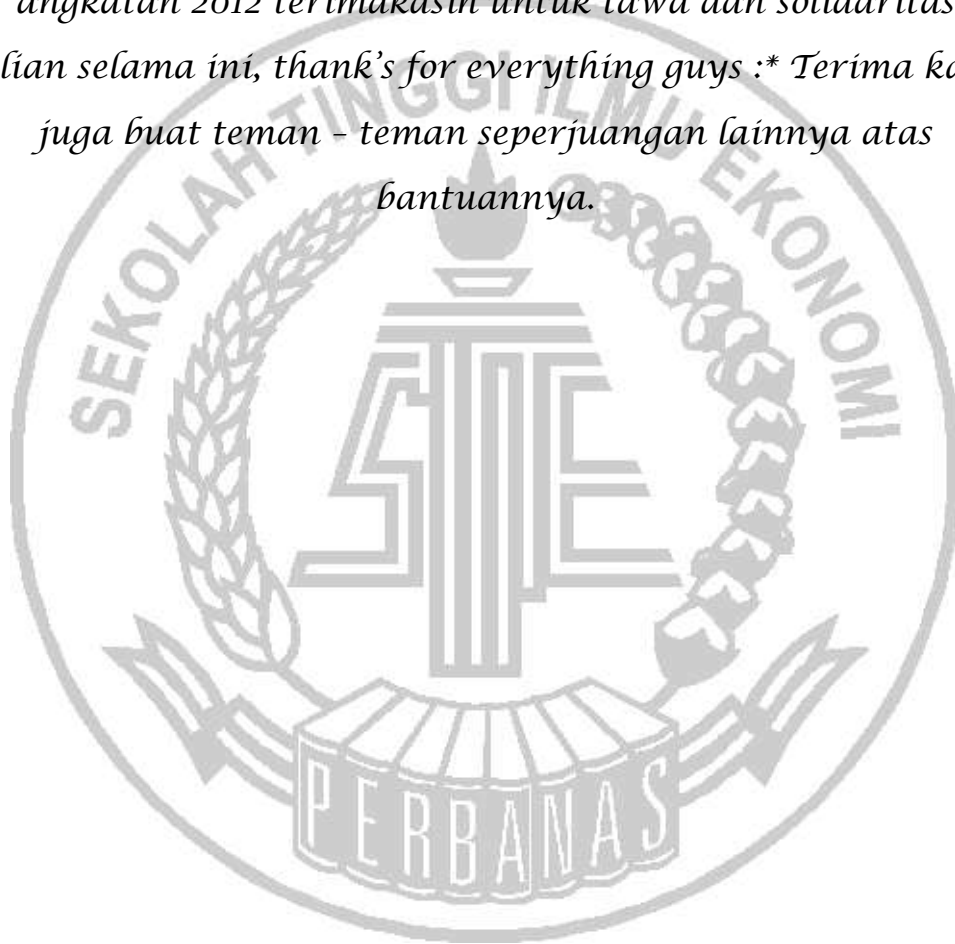
*Terima kasih untuk adekku tercinta sonny darmawan suryana atas doa, semangat, motivasi, dan dukungan selama ini dalam proses perkuliahan selama ini . Love you adek :**

Dafid Farendra

*Terima kasih untuk mas dafid yang selama ini udah banyak membantuku dan memberikan dukungan yang tak pernah berhenti, terimakasih atas perhatian dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah memberikan balasan kebaikan atas bantuan yang kamu berikan. Loveyou :-**

Best Friends

Terima kasih untuk Temanku Dian Pramesti, Dwi Puspita, Safrina, Rizqika, Esa, shoffiyah, inez, aini dan teman-teman angkatan 2012 terimakasih untuk tawa dan solidaritas kalian selama ini, thank's for everything guys : Terima kasih juga buat teman - teman seperjuangan lainnya atas bantuannya.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesempatan dan waktu yang diberikan olehNya melalui Tugas Akhir atau Skripsi dengan judul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Persepsi Nasabah Dalam Memilih Bank Bri Di Surabaya” Dapat terselesaikan, dalam memenuhi Tugas Akhir atau Skripsi. Peneliti sangat bersyukur bahwa akhirnya skripsi ini dapat diwujudkan dan dilaksanakan dengan diiringi kesadaran diri bahwa segala keterbatasan peneliti masih terdapat dalam skripsi ini yang masih perlu untuk dikoreksi. Kesadaran bahwa masih banyak sekali yang perlu untuk terus dikoreksi inilah yang menyebabkan penyelesaian skripsi ini banyak mengalami hambatan. Namun adanya hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik oleh peneliti, walaupun memerlukan waktu yang lama. Akhirnya, peneliti berharap agar skripsi ini dapat menjadi kontribusi positif bagi pihak yang bersangkutan. Berharap terdapat koreksi yang membangun agar dapat melahirkan berbagai inovasi baru dan inspirasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik dari peneliti.

Penulis menyadari bahwa peran berbagai pihak sangatlah membantu penulis mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini telah terselesaikan karena bimbingan dan arahannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

2. Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran Beliau dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
4. Dr. Muazaroh, S.E., M.T. Selaku Dosen Wali yang telah membantu mengarahkan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Staff Perpustakaan dan Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah membantu dalam penulisan proses skripsi ini.
7. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak yang berguna untuk perbaikan didalam skripsi ini.

Surabaya, Maret 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT / RINGKASAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	16
2.3. Kerangka Pemikiran.....	33
2.4. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Rancangan Penelitian.....	35
3.2. Batasan Penelitian	36
3.3. Identifikasi Variabel	36
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.5. Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.6. Instrumen Penelitian	42
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	43
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
3.9. Teknik Analisis Data	45
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA... 51	
4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....	51
4.2. Analisis Data.....	59
4.3. Pembahasan	87
BAB V PENUTUP.....	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	103
5.3. Saran	104
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	
JADWAL PENULISAN SKRIPSI	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Peringkat 10 Bank pada tahun 2013-2014..... 3
Tabel 2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian 14
Tabel 3.1	Interval Kelas 38
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Kuesioner 40
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 52
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.... 53
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang digunakan 54
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Transaksi 55
Tabel 4.8	Uji Validitas Sampel Kecil 56
Tabel 4.9	Uji Validitas Terhadap Persepsi Nasabah 57
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Sampel Kecil 59
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Sampel Besar 60
Tabel 4.12	Kategori Mean Dari Variabel Bebas Dan Terikat 61
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk 61
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga 63
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi 64
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi 66
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Karyawan 67
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik 69
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Proses 70
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Nasabah... 72
Tabel 4.21	Hasil Uji Normalitas 73
Tabel 4.22	Hasil Uji Multikolonieritas 74
Tabel 4.23	Hasil Uji Autokorelasi 75
Tabel 4.24	Hasil Uji Heteroskedastisitas 76
Tabel 4.25	Hasil Analisis R^2 79
Tabel 4.26	Hasil Analisis Uji T 80
Tabel 4.27	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Rezwan Dan Sarif.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Fatemeh Dan Alireza.....	14
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	30



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Berita Acara Perbaikan Skripsi
- Lampiran 2 Kuisisioner
- Lampiran 3 Tabulasi Angka Kuisisioner
- Lampiran 4 Identitas Responden
- Lampiran 5 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 6 Analisis Statistik
- Lampiran 7 Jadwal Penulisan Skripsi



PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PERSEPSI NASABAH DALAM MEMILIH BANK BRI DI SURABAYA

Nicken Agustine Suryani
STIE Perbanas Surabaya
E-mail: agustinenicken@gmail.com

ABSTRAK

Strategi *Marketing mix 7P* yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* dalam bidang perbankan dapat menjadi ukuran terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh marketing mix terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner penelitian yang berjumlah 100 responden dan penelitian ini bersifat kausal. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI di Surabaya yang berumur minimal 19 tahun dan telah memiliki rekening di Bank BRI dan pernah melakukan transaksi di kantor-kantor cabang di Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan Validitas, Reliabilitas, Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, Dan Pengujian Hipotesis t. Hasil yang pada penelitian ini yaitu dari 7 variabel hanya variabel karyawan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya, sedangkan 6 variabel yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik dan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih bank BRI di Surabaya.

Kata Kunci: *Marketing Mix, Persepsi Nasabah*

***IMPACT OF MARKETING MIX OF PERCEPTION IN CHOOSING THE
BANK BRI CUSTOMERS IN SURABAYA***

Nicken Agustine Suryani
STIE Perbanas Surabaya
E-mail: agustinenicken@gmail.com

ABSTRACT

Strategy Marketing mix 7P are: product, price, place, promotion, people, process, physical evidence in the field of banking can be a measure of the perception of the customer in choosing a BRI in Surabaya. This study aimed to analyze the influence of marketing mix to customer perception in choosing Bank BRI in Surabaya. This research method using quantitative research methods using a questionnaire study of 100 respondents and this study is causal. The sample in this study is a customer of Bank BRI in Surabaya of at least 19 years old and already have an account at Bank BRI and conduct a transaction at the branch offices in Surabaya. The data used in this research is primary data and data collection using questionnaires with purposive sampling method. The data in this study using the validity, reliability, Descriptive Analysis, Classical Assumption Test, Multiple Regression Analysis, And t Hypothesis Testing. The results in this study from 7 variables only variables poeple positive and significant impact on the perception of the customer choosing Bank BRI in Surabaya, while 6 variables consist of product, price, location, promotion, physical evidence and process does not significantly influence the perception customers choosing BRI bank in Surabaya.

Keywords: Marketing Mix, Customer Perception