

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI  
NASABAH DALAM MEMILIH KREDIT USAHA  
RAKYAT BANK RAKYAT INDONESIA  
DI BANGKALAN**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**Masluhah**  
**2013210892**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI  
NASABAH DALAM MEMILIH KREDIT USAHA  
RAKYAT BANK RAKYAT INDONESIA  
DI BANGKALAN**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**Masluhah**  
**2013210892**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI  
NASABAH DALAM MEMILIH KREDIT USAHA  
RAKYAT BANK RAKYAT INDONESIA  
DI BANGKALAN**

Diajukan Oleh :

**MASLUHAH  
NIM : 2013210892**

Skripsi ini telah di bimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing  
Tanggal : 1 Agustus 2017



**Dr. Ronny S.Kom.,M.Kom.,MH**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI  
NASABAH DALAM MEMILIH KREDIT USAHA  
RAKYAT BANK RAKYAT INDONESIA  
DI BANGKALAN**

Disusun Oleh :

**MASLUHAH**  
**NIM : 2013210892**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
Pada tanggal 30 Agustus 2017

Tim Penguji

**Ketua** : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., MM

**Sekretaris** : Dr. Ronny S. Kom., M. Kom., MH

**Anggota** : Yudi Sutarso, S.E., M.Si



Handwritten signatures of the examiners, including Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., MM, Dr. Ronny S. Kom., M. Kom., MH, and Yudi Sutarso, S.E., M.Si.

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Masiuhah  
Tempat, Tanggal Lahir : Bangkalan 08 Desember 1994  
N.I.M : 2013210892  
Program Studi : Manajemen  
Program pendidikan : S1  
Konsentrasi : Manajemen Perbankan Pemasaran  
Judul : Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Persepsi Nasabah Dalam Memilih Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia Di Bangkalan

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen, Dosen Pembimbing,

Tanggal : 18 September 2017

Tanggal : 18 September 2017



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



(Dr. Ronny S.Kom., M.Kom., MH)

# Yes, I can

because I have Allah SWT and I will do my

*Skripsi ini saya persembahkan untuk yang  
tercinta, tersayang  
abah, umik, dan keluarga besar*

Terima kasih kepada Allah SWT yang memberikan kekuatan hingga akhir. Terima kasih untuk keluarga tercinta, tersayang (abah, umik, mas, mba dan keluarga besar ) atas doa-doa, motivasi dan didikannya. Terima kasih kepada noval yang telah menjadi partner incrimen paling setia sedunia :)Terima kasih kepada teman kos 52A anak koko dan cece wely ( mba tya, mba ervi, mba kiki, mba lela, alif, firnanda, ayu, dek mit, dek lilik). Terima kasih kepada teman pejuang skripsi (olip, zu, entin dll).

Terima kasih kepada teman kampus evie dan yang lainnya.

Terima kasih untuk semuanya :)

## 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 Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia Di Bangkalan” dapat terselesaikan, dalam memenuhi Tugas Akhir atau Skripsi. Peneliti sangat bersyukur bahwa akhirnya skripsi ini dapat di wujudkan dan dilaksanakan dengan diiringi kesadaran diri bahwa segala keterbatasan peneliti masih terdapat dalam skripsi ini yang masih perlu untuk di koreksi. Kesadaran bahwa masih banyak sekali yang perlu untuk terus dikoreksi inilah yang menyebabkan penyelesaian skripsi ini banyak mengalami hambatan. Namun dengan adanya hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik oleh peneliti, walaupun memerlukan waktu yang lumayan 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 sangat menyadari bahwa peran dari 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. Dr. Lutfi, S.E., M.fin. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Perbankan Nasional Surabaya

2. Dr. Muazaroh, S.E, M.T. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Dr. Ronny S.Kom., M.Kom., MH Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran Beliau dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Ronny S.Kom., M.Kom., MH 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 Akademik 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 sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak yang berguna untuk perbaikan didalam skripsi ini.

Surabaya, 31 Juli 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK/RINGKASAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	14
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	22
2.4. Kerangka Pemikiran .....	25
2.5. Perumusan Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	27
3.2. Batasan Penelitian .....	27
3.3. identifikasi variabel .....	28
3.4. Devinisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	28
3.5. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6. Instrument Penelitian.....	37
3.7. Data Dan Metode Pengumpulan Data .....	39
3.8. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrument Penelitian .....	39
3.9. Teknik Analisis Data.....	40
<b>BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>46</b>
4.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	46
4.2. Deskripsi Data Responden.....	46
4.3. Analisis Data Penelitian.....	51
4.4. Analisis Deskriptif.....	56
4.5. Uji Asumsi Klasik .....	69
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.7. Pengujian Hipotesis.....	76

4.8.Pembahasan.....	80
BAB VPENUTUP.....	93
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Keterbatasan Penelitian. ....	94
5.3. Saran .....	94
DAFTAR RUJUKAN .....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	



## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Yang Terdahulu Dengan Yang Sekarang .....	13
Tabel 3.1	Interval kelas.....	35
Tabel 3.2	Kisi – kisi kuisioner.....	38
Tabel 4.1	Karakteristik Respon Den Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2	karakteristik responden berdasarkan usia.....	48
Tabel 4.3	karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	49
Tabel 4.4	karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan.....	50
Tabel 4.5	karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan.....	51
Tabel 4.6	Uji validitas sampel kecil.....	52
Tabel 4.7	Uji Validitas Marketing Mix Terhadap Persepsi Nasabah.....	53
Tabel.4.8	Uji reabilitas sampel kecil.....	55
Tabel 4.9	Uji reabilitas sampel besar.....	56
Tabel 4.10	Kategori <i>Mean</i> Dari Variabel Bebas Dan Terikat.....	56
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk.....	57
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variabel harga.....	59
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel lokasi.....	60
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Variabel promosi.....	62
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Variabel karyawan.....	63
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Variabel bukti fisik.....	65
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Variabel proses.....	66
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Variabel persepsi nasabah..	68
Tabel 4.19	Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4.20	Hasil uji multikolonieritas.....	71
Tabel 4.21	Hasil uji autokorelasi.....	72
Tabel 4.22	Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	76
Tabel 4.23	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	77
Tabel 4.24	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)..	78
Tabel 4.25	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	80

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Model Pemikiran Rezwan dan Sarif .....	9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Fatemeh dan Alizera .....	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	25



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Responden Dan Tabulasi Angka Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif SPSS
- Lampiran 4 Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 6 Uji asumsi klasik dan hipotesis



**IMPACT OF MARKETING MIX OF PERCEPTION IN CHOOSING  
BUSINESS CREDIT BANK RAKYAT INDONESIA CUSTOMERS  
IN BANGKALAN**

**Masluhah**

2013210892

STIE Perbanas Surabaya

E-mail : masluha0812@gmail.com

**ABSTRACT**

*Strategy Marketing mix 7P are: product, price, place, promotions, people, physical evidence and process in the field of banking can be a measure of the perceptions of the customer in choosing a BRI in Bangkalan. This study aimed to analyze the influence of marketing mix perception in choosing business kredit BRI in Bangkalan. This research method using quantitative research methods using a questionnaire study of 110 respondent and this study is causal. The sample in this study is a customer KUR BRI in Bangkalan of at least 19 years old and already have an account at related to KUR BRI. The data used in this research is primary data and data collection using questionnaires with purpose sampling method. The data in this study using the validity, reliability, Descriptive Analysis, Classical Assumption Test, Multiple Regression Analysis, And t Hypothesis Testing. The result in this study from 7 variables are product, price, place, promotions, people, physical evidence and process has a significant on customer perception in choosing KUR BRI in Bangkalan.*

**Keywords: Marketing Mix, Customer Perception**



PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP PERSEPSI NASABAH DALAM  
MEMILIH KREDIT USAHA RAKYAT BANK RAKYAT INDONESIA DI  
BANGKALAN

**Masluhah**

2013210892

STIE Perbanas Surabaya

E-mail : masluha0812@gmail.com

**ABSTRAK**

Strategi *marketing mix* 7P yaitu *product, price, place, promotions, people, physical evidence, process* dalam bidang perbankan dapat menjadi ukuran terhadap Persepsi Nasabah Bank Rakyat Indonesia di Bangkalan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Persepsi Nasabah Dalam Memilih Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Bangkalan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner penelitian yang berjumlah 110 responden dan penelitian ini bersifat kausal. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah KUR BRI di Bangkalan yang berumur minimal 19 tahun yang memiliki rekening yang berkaitan dengan KUR BRI di Bangkalan. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode *purpose sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Validitas, Reabilitas, Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda dan pengujian hipotesis t. Hasil pada penelitian ini dari 7 variabel yaitu Produk, harga, lokasi, promosi, karyawan, bukti fisik dan proses berpengaruh signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.

**Kata Kunci : *Marketing Mix*, Persepsi Nasabah**