


REPUBLIK INDONESIA DEPARTEMEN PERHUKUMAN DIREKTORAT PERENCANAAN DAN KENDALIAN	
05 JAN 2007	
No.	2980/EM/Hd.1/2007
Rf.	Rf 658.8 INY 06
Keterangan	

	DEPARTEMEN PERHUKUMAN DIREKTORAT PERENCANAAN DAN KENDALIAN
	KEMENTERIAN PERHUKUMAN DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX*
YANG DIPERTIMBANGKAN NASABAH DALAM MENYIMPAN DANA
PADA BANK PEMERINTAH DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

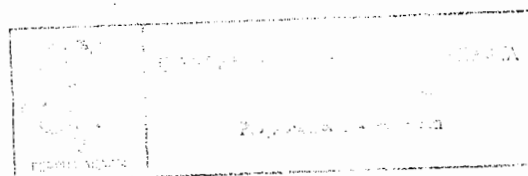


Disusun Oleh :

I Nyoman Sudiatmika

NPM: 01 03 13261

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
JUNI, 2006**



SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* YANG DI PERTIMBANGKAN NASABAH DALAM MENYIMPAN DANA PADA BANK PEMERINTAH DI YOGYAKARTA

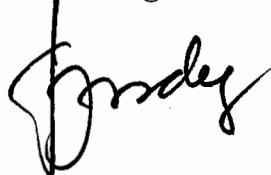
Disusun Oleh

I Nyoman Sudiatmika

NPM: 01 03 13261

Telah dibaca dan disetujui Oleh:

Pembimbing Utama



Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM.

Tanggal, 15 Mei 2006

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX*
YANG DIPERTIMBANGKAN NASABAH DALAM MENYIMPAN DANA
PADA BANK PEMERINTAH DI YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

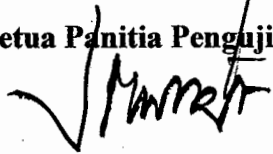
I Nyoman Sudiatmika

NPM: 01 03 13261

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 16 Juni 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

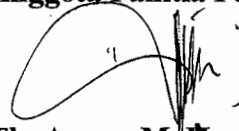
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

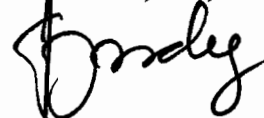


Dr. FX. Suwanto, MS.

Anggota Panitia Penguji



Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si.



Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM.

Yogyakarta, 16 Juni 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* YANG DIPERTIMBANGKAN NASABAH DALAM MENYIMPAN DANA PADA BANK PEMERINTAH DI YOGYAKARTA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Mei 2006

Yang menyatakan



I Nyoman Sudiarmika

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan rahmat serta karunianya telah memberikan kesuksesan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi atau tugas akhir yang sesuai dengan waktu yang telah di rencanakan.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dan tenaga yang diberikan oleh beberapa pihak sehingga dalam kesempatan ini penulis dengan sepenuh hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa (Hyang Widhi Wasa) yang telah menganugrahkan segala sumber ilmu pengetahuan dan pikiran yang suci serta keselamatan hidup dalam menempuh pendidikan di kota Yogyakarta.
2. Bapak A. Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM selaku dosen pembimbing beserta keluarga atas segala kebaikan hati selama membimbing penulis dan selalu memberikan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan bekal ilmu selama menyelesaikan studi.
4. Segenap Staf Tata Usaha, Staf Perpustakaan S1 Fakultas Ekonomi, dan Staf Perpustakaan MM Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama penulis menuntut ilmu.

5. Seluruh keluargaku yang ada di Bali yang selalu memberikan doa dan *support* serta motivasi dalam menempuh pendidikan di Kota Yogyakarta.
6. Teman-temanku dari Bali yang sama-sama hidup di rantauan, terimakasih atas bantuannya. Terima kasih pada Gede darmadi atas printernya yang selalu setia mengeprint skripsiku, Olis atas flash disknya.
7. Semua pihak dan teman-teman yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga kebaikan dan bantuan yang sangat berharga kepada penulis akan mendapatkan balasan dari Tuhan, dan Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik, saran dan sumbangan pemikiran demi penyempurnaan akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya penulisan berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Yogyakarta, 15 Mei 2006

Penulis



I Nyoman Sudiatmika

MOTTO

Segala sesuatu yang tercipta adalah bagian dari suatu pengetahuan yang patut kita ketahui, tetapi tidak harus menjadikan diri kita sok tahu, maka dari itu orang-orang yang berpengetahuan seharusnya tidak memandang dirinya lebih tahu dari orang-orang yang dianggap tidak berpengetahuan, karena di dunia ini pengetahuan dapat dicari dengan banyak cara selain sekolah seperti melalui pengalaman, pergaulan dll. Maka jangan memandang rendah orang yang tidak bersekolah mungkin mereka lebih tahu dari kita karena didunia ini tidak ada manusia yang di ciptakan sempurna selain Tuhan dan rokok (rokok sampoerna).

Oleh karena itu amalkanlah Pengetahuan untuk kesejahteraan rakyat bukan untuk kemelaratan rakyat.

Buatlah orang lain bahagia dengan pengetahuanmu dan jadilah seorang sarjana yang sujana

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Motto.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Intisari.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.6. Hipotesis Penelitian.....	12
1.7. Metodologi Penelitian.....	13
1.7.1. Lokasi Penelitian.....	13
1.7.2. Populasi Penelitian.....	13
1.7.3. Metode Pengambilan Sampel.....	13
1.7.4. Metode pengumpulan Data.....	14
1.7.5. Metode Pengukuran Data.....	15
1.8. Metode Pengujian Instrumen.....	16
1.9. Metode Analisis Data.....	17
1.9.1. Statistik Deskriptif	17
1.9.2. Analisis Faktor.....	18

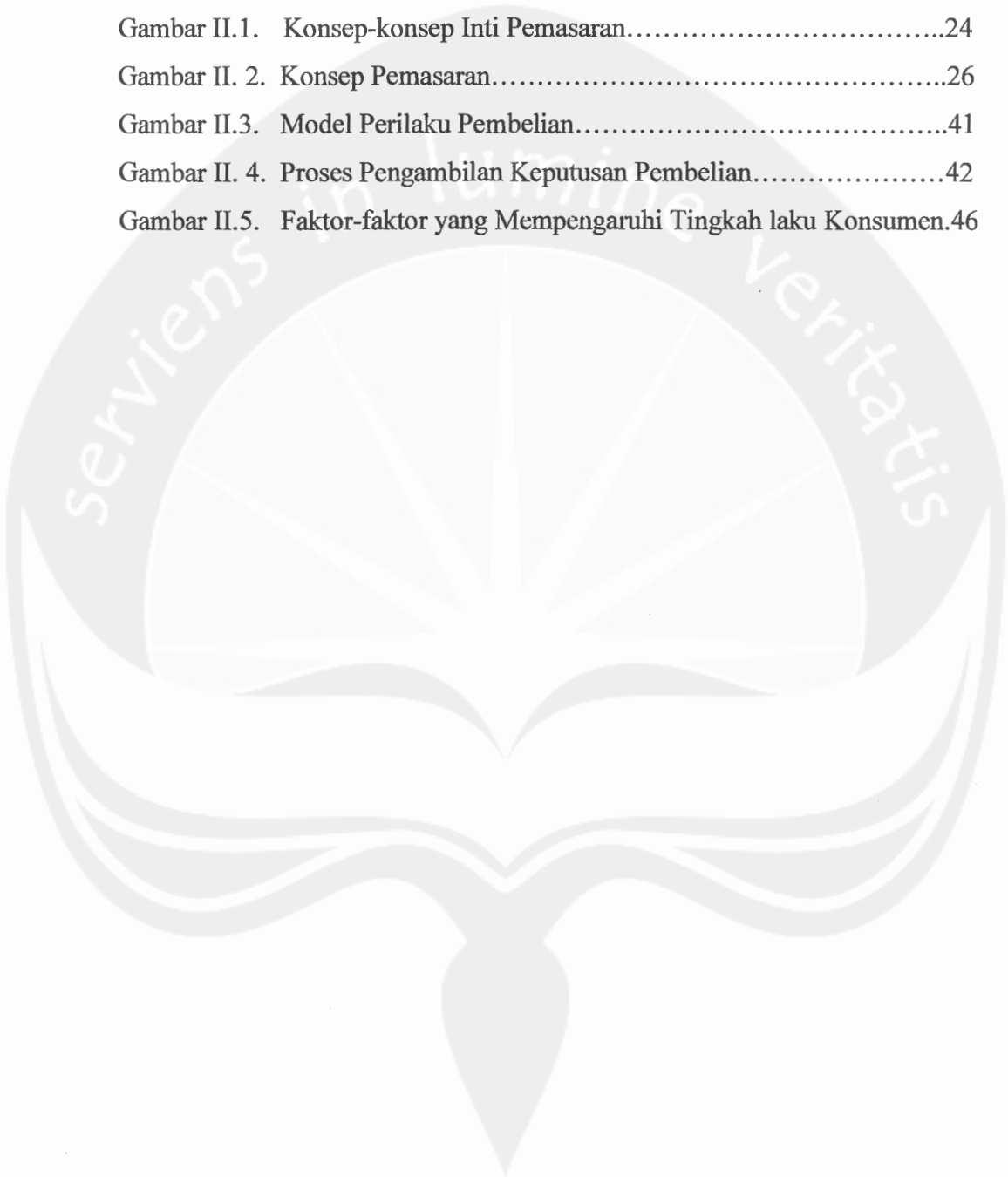
BAB II. LANDASAN TEORI.....	22
II.1. Pengertian Pemasaran.....	22
II.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	24
II.3. Konsep Pemasaran.....	25
II.4. Pemasaran Jasa.....	28
II.4.1. Pengertian Jasa.....	28
II.4.2. Klasifikasi dan Karakteristik Jasa.....	29
II.4.3. Strategi Pemasaran Bagi Perusahaan Jasa.....	31
II.4.4. Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Jasa.....	32
II.5. Perilaku Konsumen.....	39
II.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	39
II.5.2. Model Perilaku Konsumen.....	40
II.5.3. Kerangka Analisis Perilaku Konsumen.....	42
II.5.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	46
II.6. Bank.....	52
II.6.1. Pengertian Bank.....	52
II.6.2. Jenis-Jenis Bank.....	54
II.6.3. Kegiatan Perbankan.....	58
 BAB III. GAMBARAN UMUM BANK PEMERINTAH.....	 61
III.1. Bank Rakyat Indonesia.....	61
III.1.1. Sejarah BRI.....	61
III.1.2. Visi BRI.....	63
III.1.3. Misi BRI.....	63
III.1.4. Sasaran Jangka Panjang BRI.....	63
III.1.5. Produk Bank BRI.....	64
III.1.6. Layanan Bank BRI.....	64
III.1.7. Kredit Bank BRI.....	65
III.1.8. Lokasi Cabang-cabang Bank BRI di Yogyakarta.....	66

III.2. Bank Negara Indonesia.....	67
III.2.1. Sejarah BNI.....	67
III.2.2. Visi BNI.....	69
III.2.3. Pernyataan Visi BNI.....	69
III.2.4. Misi BNI.....	69
III.2.5. Values BNI.....	69
III.2.6. Produk Bank BNI.....	69
III.2.7. Layanan Bank BNI.....	70
III.2.8. Kredit Bank BNI.....	71
III.2.9. Lokasi Cabang-Cabang BNI di Yogyakarta.....	72
III.3. Bank Tabungan Negara.....	73
III.3.1. Sejarah BTN.....	73
III.3.2. Visi BTN.....	78
III.3.3. Misi BTN.....	78
III.3.4. Produk BTN.....	79
III.3.5. Layanan BTN.....	79
III.3.6. Kredit BTN.....	80
III.3.7. Lokasi Cabang-Cabang BTN di Yogyakarta.....	80
III.4. Bank Mandiri.....	81
III.4.1. Sejarah bank Mandiri.....	81
III.4.2. Visi Bank Mandiri.....	83
III.4.3. Misi Bank Mandiri.....	83
III.4.4. Produk Bank Mandiri.....	84
III.4.5. Kredit Bank Mandiri.....	84
III.4.6. Layanan Bank Mandiri.....	85
III.4.7. Lokasi Cabang-Cabang Bank Mandiri di Yogyakarta.....	86
BAB IV. ANALISIS DATA.....	87
IV.1. Penjelasan Penelitian.....	87
IV.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	87
IV.2.1. Pengujian Validitas (Uji Kesahihan).....	88

IV.2.2. Pengujian Reliabilitas (Uji Keandalan).....	89
IV.3. Analisis Deskriptif Statistik.....	89
IV.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	90
IV.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
IV.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.	91
IV.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	91
IV.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	92
IV.4. Analisis Faktor.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
V.1. Kesimpulan.....	104
V.2. Saran.....	105
Daftar Pustaka.....	107

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1. Konsep-konsep Inti Pemasaran.....	24
Gambar II. 2. Konsep Pemasaran.....	26
Gambar II.3. Model Perilaku Pembelian.....	41
Gambar II. 4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	42
Gambar II.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkah laku Konsumen.....	46



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1. Hasil Pengujian Validitas Kuesioner.....	88
Tabel IV.2. Uji Reliabilitas.....	89
Tabel IV.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Tabel IV.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
Tabel IV.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	91
Tabel IV.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	92
Tabel IV.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	92
Tabel IV.8. <i>Descriptive Statistic</i>	94
Tabel IV.9. <i>KMO dan Barlett's Test</i>	95
Tabel IV.10. <i>Comunalities</i>	96
Tabel IV.11. <i>Total Variance Explained</i>	98
Tabel IV.12. <i>Component Matriks</i>	99
Tabel IV.13. <i>Rotated Component Matrix</i>	101
Tabel IV.14. Nama dan Kelompok Faktor.....	102

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner
- Lampiran II Validitas & Reliabilitas
- Lampiran III Analisis Persentase
- Lampiran IV Analisis Faktor
- Lampiran V Data Jawaban Responden



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX*
YANG DI PERTIMBANGKAN NASABAH DALAM MENYIMPAN DANA
PADA BANK PEMERINTAH DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

I Nyoman Sudiatmika

NPM: 01 03 13261

Pembimbing Utama

Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM

Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor *marketing mix* yang dipertimbangkan nasabah dalam menyimpan dana pada Bank Pemerintah di Yogyakarta dan selain itu untuk mengetahui faktor-faktor *marketing mix* yang paling utama dipertimbangkan nasabah dalam menyimpan dana pada Bank Pemerintah di Yogyakarta. Dalam Penelitian ini menggunakan 20 variabel yang merupakan bagian dari 7 faktor dari *marketing mix* yaitu: *Product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik). Penelitian ini dilakukan di wilayah bank-bank milik pemerintah (Bank BRI, Bank BNI, bank BTN dan Bank Mandiri) yang ditemukan dan terjangkau oleh peneliti yang ada di wilayah Kabupaten Sleman , dan sampel yang di ambil adalah 100 sampel dari nasabah Bank Pemerintah yang mempunyai simpanan dalam bentuk tabungan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor.

Dari hasil analisis faktor menunjukkan bahwa nasabah dalam menyimpan dananya pada bank Pemerintah mempertimbangkan tujuh faktor yaitu (1) Faktor produk yang terdiri dari keamanan menyimpan dana, nama bank, dan pelayanan jasa lainnya; (2) Faktor tempat yang terdiri dari jumlah cabang yang dimiliki, lokasi yang strategis dan ATM yang dimiliki; (3) Faktor harga yang terdiri dari setoran awal, biaya administrasi dan tingkat bunga simpanan; (4) Faktor Bukti fisik yang terdiri dari Kenyamanan ruang tunggu, Tersedianya tempat parkir, Kebersihan dan keindahan lingkungan dan Gedung yang megah; (5) Faktor proses yang terdiri dari persyaratan administrasi dan kualitas pelayanan; (6) Faktor Promosi yang terdiri dari *personal selling*, hadiah dan periklanan; (7) Faktor orang yang terdiri dari keramahan dan kesopanan karyawan. Dari ketujuh faktor tersebut ternyata hasil analisis faktor menunjukkan bahwa faktor produk merupakan faktor yang paling utama dipertimbangkan nasabah dalam menyimpan dana pada Bank Pemerintah di Yogyakarta yang diwakili oleh variabel keamanan menyimpan dana.

Kata Kunci: *marketing mix*, perilaku konsumen, manajemen pemasaran jasa, Bank Pemerintah