

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
UNTUK MENABUNG DI BANK SUMSEL. BABEL  
CABANG KAPTEN A.RIVAI PALEMBANG**



**TRY ARISTA PANCARANI**

**01101401077**

**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih  
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2013**

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
UNTUK MENABUNG DI BANK SUMSEL BABEL  
CABANG KAPTEN A.RIVAI PALEMBANG**



**TRY ARISTA PANCARANI**

**01101401077**

**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih  
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**2013**

**LEMBAR PERTSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
UNTUK MENABUNG DI BANK SUMSEL BABEL CABANG KAPTEN A.  
RIVAI PALEMBANG**

Disusun oleh :

Nama : Try Arista Pancarani  
NIM : 01101401077  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Tanggal: 29 September 2014

Dosen Pembimbing

Ketua,

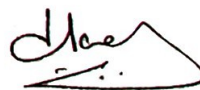


H. Dian Eka, S.E, M.M

NIP:1961010161990031002

Tanggal: 29 September 2014

Anggota,



Drs. Thomas Handy

NIP: 195209211981031006

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SUMSEL BABEL  
CABANG KAPTEN A.RIVAI PALEMBANG

Disusun oleh :




Nama : Try Arista Pancarani  
NIM : 01101401077  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 15 Oktober 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

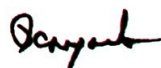
Inderalaya, 18

Oktober2014

No	Nama	Tanda Tangan
1	Ketua : H. Dian Eka, S.E, M.M NIP : 1961010161990031002	
2	Anggota : Welly Nailis, S.E, M.M NIP : 197407102008011011	
3	Anggota : Dra. Hj. Rusmiati Sofyan NIP : 195504011983032001	

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. H. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP : 195707141984031005

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Try Arista Pancarani  
NIM : 01101401077  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :  
PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SUMSEL CABANG  
KAPTEN A. RIVAI PALEMBANG.

Pembimbing :

Ketua : H. Dian Eka, S.E, M.M

Anggota : Drs. Thomas Handy

Tanggal Ujian : 15 Oktober 2014

adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan ini tidak benar di kemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya, 18 Oktober 2014

Pembuat Pernyataan,



Try Arista Pancarani

NIM : 01101401077

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis hanturkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SUMSEL BABEL CABANG KAPTEN A. RIVAI PALEMBANG**. Skripsi ini terdiri dari lima bab, Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, serta Bab V Kesimpulan dan Saran. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Penulis sangat menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan juga pengalaman yang dimiliki, permasalahan serta analisis dari masalah yang dikemukakan masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan. Selain dengan itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangatlah diharapkan. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Palembang, 18 Oktober 2014

Penulis,

Try Arista Pancarani

## UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A. Rivai Palembang”**. Ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Selama penyusunan karya tulis, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang mendukung terselesaikannya penulisan karya ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. H. Dian Eka, S.E, M.M dan Drs. Thomas Handy selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. H. Zakaria Wahab, M.B.A selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Drs. Yuliansyah M. Diah M.M selaku Pengelola Akademik Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
4. Dra. Hj. Rusmiati Sofyan selaku Dosen Penguji Skripsi ini.

5. Bapak/ Ibu dosen pengajar yang memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
6. Staf Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang.
7. Papa H. Asmawan Idris, S.E dan Mama Hj. Hartaty, saudara-saudaraku ( Ricky Firmadona, S.H dan Sherly Fermai Acayani, S.E serta keponakanku M.Dicky Ancutama AI) yang telah memberikan doa dan dukungan moral maupun materil serta doamu sangat berarti.
8. Sahabatku Heirine Tanara, Ramadhani Rizky, Siti Tiara Indah, dan Niara Fatria yang telah memberikan semangat dukungan serta doa, terimakasih atas semuanya.
9. Teman-temanku angkatan 2010 di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
10. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Semoga Allah Swt membalas budi baiknya dan memberikan berkah kita semua, Amin.

Palembang, 18 Oktober 2014

Try Arista Pancarani



## ABSTRAK

### PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SUMSEL BABEL CABANG KAPTEN A. RIVAI PALEMBANG

Oleh :  
**Try Arista Pancarani**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung dan mengetahui faktor yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A. Rivai Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A. Rivai Palembang pada tahun 2009-2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, dan 100 nasabah yang menjadi Sampel penelitian. Penelitian ini bersifat riset kausalitas, dengan menggunakan data primer dari hasil kuisioner yang dianalisis dengan menggunakan teknik analisis berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung secara simultan berpengaruh signifikan sebesar 42,2% terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A. Rivai Palembang, sedangkan sisanya sebesar 57,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan Uji Statistik t diketahui bahwa faktor yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A. Rivai Palembang adalah faktor hubungan masyarakat dengan pengaruh sebesar 59,7%.

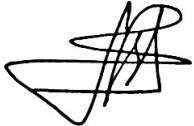
**Kata Kunci : Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan  
Pribadi, Hubungan Masyarakat, Pemasaran  
Langsung, Keputusan Nasabah.**

Telah kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Inderalaya, 18 Oktober 2014

Ketua,

Anggota,



H. Dian Eka, S.E, M.M

NIP : 1961010161990031002



Drs. Thomas Handy

NIP : 195209211981031006

. Mengetahui,

Pengelola Akademik Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah, M. Diah, M.M

NIP : 195607011985031003

## ABSTRACT

### INFLUENCE THE PROMOTION MIX TO THE CUSTOMER'S DECISION TO SAVE IN A BANK BRANCH SUMSEL BABEL KAPTEN A. RIVAI PALEMBANG

The goal of this research are to determine what is the advertising factor, sales promotion, personal selling, publicity, and direct marketing to determine what is the dominant factor that influencing the customer's decision to save their money in Bank Sumsel Babel at Kapten A. Rivai Palembang branch office. The population in this research are all of the customer that save their money in Bank Sumsel Babel branch office since 2009 until 2013. The sampling techniques in this research in Non Probability Sampling with Purposive Sampling Method, and 100 customer as the research sample, using primary data from the questionnaires what were analyzed using multiple analysis. The result of this study indicate that the advertising factor, sales promotion, personal selling, publicity, and direct marketing had significant effect by 42,2% of the customers decision to save their money in Bank Sumsel Babel at Kapten A. Rivai Palembang branch office, while the remaining 57,8% is influenced by other factors. Based on statistical t test is known that the dominant factor influencing the customers decision to save their money in Bank Sumsel Babel at Kapten A. Rivai Palembang branch office is public relations factor by 59,7%.

## SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama : Try Arista Pancarani

NIM : 01101401077

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Bank Sumsel Cabang Kapten A. Rivai Palembang

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses* nya, dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua,



H. Dian Eka, S.E, M.M

NIP : 1961010161990031002

Anggota,



Drs. Thomas Handy

NIP : 195209211981031006

## DAFTAR RIWYAT HIDUP

**Nama** : Try Arista Pancarani

**Jenis Kelamin** : Perempuan

**Tempat, Tanggal Lahir** : Palembang, 2 April 1993

**Agama** : Islam

**Status** : Belum Menikah

**Alamat** : Jl. Jaya VI No. 10 RT: 23 RW:07  
Palembang

**Alamat E-mail** : [raniaristaa@yahoo.co.id](mailto:raniaristaa@yahoo.co.id)

**Pendidikan Formal**

**Sekolah Dasar** : SD Xaverius 7 Palembang  
(Lulusan Tahun 2004)

**SMP** : SMP Xaverius Maria Palembang  
(Lulusan Tahun 2007)

**SMA** : SMA Xaverius 3 Palembang  
(Lulusan Tahun 2010)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PESETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK (BAHASA INDONESIA DAN INGGRIS).....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran.....	8
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	9

2.1.3. Promosi.....	10
2.1.4. Bauran Promosi.....	12
2.1.5. Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Bauran Promosi.....	16
2.1.6. Pengertian Bank.....	17
2.1.7. Fungsi Bank.....	17
2.1.8. Tujuan Bank.....	18
2.1.9. Jenis-Jenis Bank.....	19
2.1.10. Pengertian Jasa.....	19
2.1.11. Keputusan Konsumen.....	23
2.1.12. Perilaku Konsumen.....	24
2.2. Kerangka Konseptual.....	25
2.3. Penelitian Terdahulu.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	28
3.2. Rancangan Penelitian.....	28
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel.....	29
3.3.1. Populasi.....	29
3.3.2. Sampel.....	29
3.3.3. Teknik Pengumpulan Sampel.....	30
3.4. Operasional Variabel Penelitian.....	30
3.4.1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	30
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7. Uji Instrumen.....	32



3.7.1. Uji Validitas.....	32
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	33
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.1. Uji Multikolonieritas.....	33
3.8.2. Uji Heteroskedasitas.....	34
3.8.3. Uji Autokorelasi.....	34
3.8.4. Uji Normalitas Data.....	34
3.8.5. Uji Hipotesis.....	35
3.9. Tehnik Analisis.....	36
3.9.1. Analisis Regresi.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1. Sejarah Singkat PT. BankSumsel Babel.....	37
4.2. Visi dan Misi .....	39
4.2.1. Visi.....	39
4.2.2. Misi.....	39
4.3. Hasil Penelitian Uji Instrumen.....	39
4.3.1. Uji Validitas.....	40
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	40
4.4. Deskripsi Profil Responden.....	42
4.4.1 Jenis Kelamin Responden.....	42
4.4.2. Usia Responden.....	43
4.4.3. Pendidikan Terakhir Responden.....	44
4.4.4 Profesi Responden.....	45
4.4.5. Lamanya Jadi Nasabah.....	46

4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.5.1. Uji Multikolonieritas.....	47
4.5.2. Uji Heteroskedasitas .....	49
4.5.3. Uji Normalitas.....	50
4.6. Teknik Analisis.....	51
4.6.1. Uji Autokorelasi.....	51
4.6.2. Koefisien Determinasi.....	52
4.6.3. Uji Hipotesis.....	53
4.7. Uji Statistik F ( <i>F-Test</i> ).....	55
4.8. Uji Statistik t ( <i>t-Test</i> ) dan Analisis Regresi.....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran.....	60

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Tabungan Nasabah.....	4
Tabel 4.1 Hasil Uji Instrumen.....	41
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Usia.....	43
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Pendidikan Terakhir.....	44
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Profil.....	45
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Lamanya Menjadi Nasabah.....	46
Tabel 4.7. Tabel Correlations.....	47
Tabel 4.8. Tabel Uji Multikolonieritas.....	48
Tabel 4.9. Tabel Hasil Uji Durbin Watson.....	52
Tabel4.10. Tabel Perhitungan Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.11. Tabel Analisis Regresi Hipotesis.....	54
Tabel 4.12. Tabel Uji Statistik F.....	55
Tabel 4.13. Tabel Uji Statistik t.....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Tahapan Perilaku Konsumen.....	24
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4.1. <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedasitas.....	49
Gambar 4.2. Grafik Histogram.....	50
Gambar 4.3. <i>Regression Standardized Residual</i> .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Skripsi.....	62
Lampiran 2 Rekapitulasi Kuesioner.....	65
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data.....	68
Lampiran 4 Agenda Konsultasi Dosen Pembimbing.....	76

## BAB I

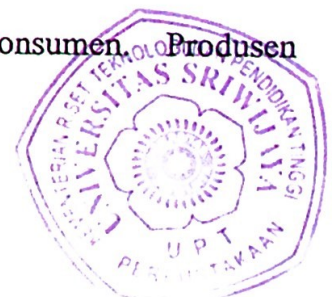
### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Perbankan dihadapkan pada masalah yang dilematis. Sebab harus memikirkan dua hal yang bertolak belakang. Satu sisi perbankan harus melakukan berbagai efisiensi untuk dapat mengurangi berbagai pengeluaran, dan satu sisi lagi perbankan harus meningkatkan kegiatan pemasaran yang memerlukan banyak pengeluaran. Belum lagi berlakunya persaingan bebas, tentunya memberikan persaingan dan tantangan yang sangat kompetitif di antara sesama pengusaha untuk mengembangkan pasaran produknya secara bebas termasuk dengan pengusaha.

Perusahaan atau pengusaha yang akan tampil menjadi pemenang tentunya perusahaan yang benar-benar memahami kebutuhan, tuntutan dan keinginan dari pasar atau konsumen dan mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan tersebut dengan cara yang lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pengusaha atau perusahaan lain yang sejenis. Perusahaan harus memahami benar siapa pasar sasarannya sekaligus bagaimana perilaku konsumen terhadap produk jasa yang dijualnya. Apabila tidak dilakukan komunikasi pemasaran bukan tidak mungkin setiap perusahaan akan ditinggalkan oleh nasabah atau pelanggannya.

Komunikasi pemasaran memberikan peluang yang besar terhadap kepentingan kedua pihak yaitu produsen dan konsumen. Produsen



berkepentingan apa yang dijualnya diketahui masyarakat melalui komunikasi pemasaran yang dilakukan perusahaan dengan komunikasi sedangkan para konsumen atau nasabah membutuhkan apa yang dicarinya melalui pemasaran yang dilakukan perusahaan lewat berbagai promosi. (J. Nugroho Setiadi 2007)

Perusahaan harus memberikan waktunya untuk mempelajari perilaku dari para nasabah atau calon konsumennya. Dengan mempelajari perilaku konsumen data memberikan masukan yang berarti bagi pengambilan keputusan dalam memasarkan produk jasa kepada konsumen.

Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A.Rivai yang bergerak dalam jasa keuangan, tentunya harus mampu untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif. Jika hal ini dapat dilakukan dan terus dipertahankan maka perusahaan dapat berkembang secara dinamis.

Dalam persaingan yang ketat perusahaan tidak hanya mengandalkan peningkatan mutu dan pengembangan produk jasa, melainkan semua perusahaan dituntut untuk menjalin hubungan baik yang dinamis, harmonis dengan para pelanggannya atau pengguna jasa mereka melalui pemasaran. Salah satu kegiatan pemasaran adalah promosi. Komunikasi promosi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan baik secara tatap muka maupun melalui media, dalam rangka upaya meningkatkan jasa atau hasil produksi. (Stanton William J 2006)

Komunikasi pemasaran yang dilakukan perbankan dikenal sebagai kegiatan promosi. Agar promosi dapat sampai ke konsumen diperlukan pembuatan rencana dan kebijakan yang mengarah pada suatu konsisi menciptakan pedoman

dalam bertindak. Kebijakan tersebut antara lain adalah bauran promosi. Kebijakan bauran promosi memberikan sarana untuk melaksanakan keputusan strategis dalam kesanggupan perusahaan merinci strategi promosi yang akan dijalankan kedalam beberapa rencana dan kebijakan yang sesuai dan dapat dijalankan. (Oka. A. Yoeti, 2003:144).

Keterlibatan perusahaan dengan pasar sasaran mengharuskan mereka untuk lebih teliti memperhatikan bauran promosi dalam hal produk dan jasa. Hal ini sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan program dan strategi bauran promosi yang lebih tepat. Perilaku konsumen dalam suatu proses pengambilan keputusan dan kegiatan individu secara fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, mendapatkan, menggunakan atau mendapatkan barang dan jasa. Oleh karena itu perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik dalam upaya menilai, memperoleh dan menggunakan barang dan jasa.

Adapun jasa yang tersedia di PT. Bank Sumsel Cabang Kapten A.Rivai Palembang yaitu giro, deposito, tabungan terdiri dari Tabungan Haji Tasbih, Tabungan Simpeda, Tabunganku, dan Tabungan Pesirah. Melihat jasa (pasar) yang dijual kepada masyarakat juga dilakukan oleh Bank-Bank lain, maka Bank Sumsel harus melakukan persaingan yang sehat melalui promosi. Dengan adanya promosi diharapkan para konsumen dapat mengambil suatu keputusan untuk menabung. Keputusan nasabah untuk menabung didukung oleh kelengkapan produk, tempat dan keadaan bank, pelayanan dan citra bank itu sendiri. Adapun



data tabungan nasabah di PT. Bank Sumsel Cabang Kapten A.Rivai Palembang sebagai berikut :

TABEL 1.1 Data Tabungan Nasabah PT. Bank Sumsel Cabang Kapten A.Rivai Palembang Tahun 2009-2013

Jenis Tabungan	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013
Tabungan Pesirah	8761	10086	12446	12946	13765
Tabungan Simpeda	20896	25496	28543	32766	39222
Tabunganku	968	1983	2196	2323	7699
Tabungan Haji Tasbih	1869	2407	27111	2908	3104

Sumber : PT Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A Rivai Palembang.

Disini terlihat jelas pentingnya peraian yang dimainkan oleh komunikasi promosi dalam mempengaruhi keputusan yang akan dibuat oleh para konsumen. Adapun promosi yang dilakukan terdiri dari beberapa bentuk yaitu : Periklanan (melalui media cetak dan elektronik, buku petunjuk, brosur, simbol dan logo, papan pengumuman), Promosi penjualan (melalui laporan tahunan, sumbangan, sponsor, publikasi dan hubungan masyarakat, majalah perusahaan), Penjualan

papan pengumuman), Promosi penjualan (melalui laporan tahunan, sumbangan, sponsor, publikasi dan hubungan masyarakat, majalah perusahaan), Penjualan pribadi (melalui presentase penjualan, pertemuan penjualan, program insentif), Pemasaran langsung (melalui kerjasama dengan instansi, katalog dan surat).

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap masalah-masalah yang dihadapi oleh Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A.Rivai Palembang yang dituangkan dalam bentuk proposal dengan judul:

**“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SUMSEL BABEL CABANG KAPTEN A.RIVAI PALEMBANG”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dirumuskan masalah sebagai berikut;

1. Apakah bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A.Rivai Palembang ?
2. Variabel mana dari bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung

yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A. Rivai Palembang ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah bauran promosi (periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung) berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A. Rivai Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel bauran promosi (periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung) yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Kapten A. Rivai Palembang.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari penulisan penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain :

#### **1. Manfaat Teoritis**

##### **1.) Bagi Penulis**

Untuk dijadikan bahan evaluasi pengetahuan dan untuk menerapkan teori-teori yang didapat selama di bangku kuliah ke dalam masalah yang terjadi pada suatu perusahaan, dan untuk pengembangan

bacaan untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

## 2. Manfaat Praktis

### 1.) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi mengenai analisis bauran promosi terhadap keputusan nasabah, yang tentunya dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta, 2004.
- Kasali, Rhenald, 2003, *Kegiatan Bauran Promosi: Manajemen Periklanan di Indonesia*, Penerbit PT. Temprint, Jakarta.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, PT. Prehanlindo, Jakarta, 2004.
- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. *Bauran Promosi*. PT. Salemba Empat, 2006.
- Schooel F, William, 2005, *Marketing*, Keputusan Konsumen.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung. 2008.
- Sunarto. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Pertama, Amus Yogyakarta, 2004.
- Setiadi, J. Nugroho, 2007, *Prilaku Konsumen*, Penerbit Prenada Media, Jakarta.
- William J, Stanton. *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jilid Kedua. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Stanton, et. All., 2004, *Fundamental of Marketing*.
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta, 2002.
- Aziz, Faizal. 2005. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Cometa Arena Futsal di Kota Jakarta Utara.

Ezzat Rifky, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Tasbih di Bank Sumsel Cab. Syariah Palembang*. Skripsi FE Universitas Sriwijaya, Palembang 2007.

Juniarto, Toto. 2009. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Tasbih Pada Bank Sumsel cab. Syariah Palembang*.

[www.banksunselbabel.com](http://www.banksunselbabel.com)