PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG PADA PD. BPR BANK PASAR SUKOHARJO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada
Fakultas Ekonomi Surakarta

Oleh :

FERY EKO RIZKHI RIDWAN
B 100 060 134

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2010

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG PADA PD. BPR BANK PASAR SUKOHARJO"

Yang ditulis oleh :

FERY EKO RIZKHI RIDWAN
NIM : B 100 060 134

Penandatangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Juli 2010

Pembimbing Utama

(Drs. Ma'ruf, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura Telep. (0271) 717417 Surakarta-7102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tanggan di bawah ini :

Nama	:	FERY EKO RIZKHI RIDWAN
NIRM	:	05.6.106.02016.50134
Jurusan	:	MANAJEMEN
Judul Skripsi	:	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG PADA PD. BPR BANK PASAR SUKOHARJO

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2010

Yang membuat pernyataan,

Fery Eko Rizkhi Ridwan

MOTTO

"Ada dua kenikmatan yang sering dilupakan oleh manusia pada umumnya (karena bodoh terhadp nilai-nilai) kedua kenikmatan ini banyak terdapat pada diri manusia, yaitu kesehatan dan waktu senggang" (HR Bukhori)

".....Orang yang berpengetahuan tinggi selalu menceritakan ide-ide atau gagasan, orang berpengetahuan sedang menceritakan peristiwa-peristiwa, orang yang berpengetahuan rendah suka menceritakan orang lain"

(John F. Kennedy)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- **Ayah dan Ibu yang selalu memberikan do'a dan dukungan.**
- **Teman-teman yang selalu mendukung aku.**
- **Anak-anak Manajemen 2006 semoga sukses semua.**
- **Almamater UMS.**

Kata Pengantar

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr.H. Triyono, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Drs Ma'ruf, MM selaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini
5. Ibu Dra. W. Mukarohmah, MM selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu studi akademikku selama ini.
6. Seluruh dosen Manajemen FE UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

7. Ibu yang telah memberikan kasih sayangnya dan memberikan dorongan spiritual & material kepadaku sehingga aku dapat menyelesaikan kuliahku ini tepat waktu.
8. Teman-teman kuliah ku angkatan 2006. Semoga kekompakan kita dan kebersamaan kita dapat terjalin hingga kita memiliki kehidupan sendiri-sendiri. Thanks atas kebersamaan kita selama ini.
9. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kata tak lepas dari sifat manusiawi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk dapat dijadikan pedoman bagi penulis kelak dikemudian hari.

Surakarta, Juli 2010

(Penulis)

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iii

HALAMAN MOTTO iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

ABSTRAKSI xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Perumusan Masalah 3

C. Tujuan Penelitian 4

D. Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Keputusan Menabung 6

B. Kualitas Pelayanan 11

C. Periklanan 8

D. Perbankan di Indonesia 20

E. Penelitian Terdahulu 23

F. Kerangka Pikir 24

G. Hipotesis 25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian 19

B. Definisi Operasional Variabel 19

C. Populasi dan Sampel 27

D. Jenis dan Sumber Data 28

E. Metode Pengumpulan Data 29

F. Instrumen Penelitian 29

G. Metode Analisis Data 34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan 39

B. Deskripsi Data Responden 53

C. Analisis Data 57

D. Pembahasan 69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 70

B. Keterbatasan Penelitian 71

C. Saran 71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	55
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Bank	56
Tabel 4.7	Rangkuman Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4.8	Rangkuman Hasil Uji Validitas Periklanan	58
Tabel 4.9	Rangkuman Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	58
Tabel 4.10	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.11	Rangkuman Hasil Hasil Uji *Multikolinieritas*.....	61
Tabel 4.12	Rangkuman Hasil Uji *Autokorelasi*	63
Tabel 4.13	Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda	64

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Tahap Proses Membeli 7

Gambar 2.2 Kerangka Pikir 24

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PD. Bank Pasar Sukoharjo 41

Gambar 4.2 Uji Normalitas Data 60

Gambar 4.3 *Scatterplot* 61

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan periklanan terhadap keputusan menabung nasabah PD. Bank Pasar Sukoharjo dan menganalisis variabel manakah yang paling dominan dalam pengambilan keputusan menabung nasabah. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi bank untuk mengambil suatu kebijakan yang menguntungkan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PD. Bank Pasar Sukoharjo yang sedang melakukan transaksi. Sedangkan jumlah sampel yang diambil sebesar 100 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Variabel periklanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil perhitungan secara serentak diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga variabel kualitas pelayanan dan periklanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah PD. Bank Pasar Sukoharjo. Variabel kualitas pelayanan (X_1) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah PD. Bank Pasar Sukoharjo, karena variabel kualitas pelayanan mempunyai koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel yang lain, yaitu sebesar 0,554.

Kata kunci : kualitas pelayanan, periklanan, keputusan nasabah