

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT. BANK JATIM  
CABANG UTAMA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**M. SEMBADA IDHAM PRATAMA**

**NPM : 13420005**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2018**

## SKRIPSI

### PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT. BANK JATIM CABANG UTAMA SURABAYA

Diajukan Oleh :

M. SEMBADA IDHAM PRATAMA

NPM : 13420005

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprpto, MM

Tanggal, 7-1-2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

Tanggal, 8-1-2018

## SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
MENABUNG DI PT. BANK JATIM CABANG UTAMA SURABAYA

Diajukan Oleh :

M. SEMBADA IDHAM PRATAMA  
NPM : 13420005

### Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



Drs. Ec. Redy Eko Hari Supranto, MM

Ketua Tim Penguji



Lestari, SE., MM

Anggota Tim Penguji



Dr. Titik Inavati SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi  
Tanggal 23 Feb 2018...



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si  
Ketua Program Studi

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : M. Sembada Idham Pratama

**NPM** : 13420005

**Alamat** : Pacar Kembang 5 F no 5

**Program Studi** : Manajemen

**Fakultas** : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya”** Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 23-Feb 2018

Yang membuat pernyataan,



**(M. Sembada IP)**

**NPM : 13420005**

## **KATA PENGANTAR**

Syukur Allhamdulillah, berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) Selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, MM, CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Hendra Prasetya, S.E., M.Ak selaku dosen wali.
5. Bapak Drs, Ec Redy Eko Hari Suprpto, MM selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi.

6. Ayah dan Ibu saya yang selama ini mendoakan saya agar cepat selesai dalam menempuh kuliah. Berkat do'a dan kasih sayang merekalah yang selalu membangkitkan harapan sipenulis, betapa aku inginkan mempersembahkan yang terbaik atas semua perjuangan yang engkau lakukan untuk cita-cita dan masa depanku”.
7. Adikku (Andini Rahma Pustita Wati, Berliana Aulia Permatasari) yang selalu memberi semangat dan mendoakan supaya cepat selesai dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Donny andhika, Rizal Syah Putra, Reny Widayanti, Nuke Anggraini, Renita Aulia Marish, Yulia Sukarti.
9. Dan Belinda Charuty, Yuliati Nur Farida, Intan Harumi, Ristra Megawati, , Fenny Putri, Pandhu Tedy, Bayu Damar yang selama ini selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
10. Buat teman-temanku yang belum menempuh atau menyelesaikan skripsinya mudah-mudahan diberi kelancaran buat mengerjakan atau menyelesaikan skripsinya.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya,

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACTION.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 RumusanMasalah .....	4
1.3 TujuanPenelitian.....	5
1.4 ManfaatPenelitian.....	5
1.5 SistematikaSkripsi .....	6
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 LandasanTeori .....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 PerilakuKonsumen.....	9
2.1.3 Jasa.....	10
2.1.4 <i>Marketing Mix</i> (BauranPemasaran).....	13
2.1.5 Produk.....	15
2.1.6 Harga .....	19
2.1.7 Promosi.....	23
2.1.8 Tempat.....	26
2.2 HubunganAntarVariavel.....	38
2.2.1 HubunganBauranPemasaranJasaTerhadapKepuasan	

Nasabah .....	38
2.3 PenelitianSebelumnya .....	39
2.4 Hipotesisdan Model Analisa.....	40
2.4.1 Hipotesis .....	40
2.4.2 Model Analisa.....	41
<b>BAB III METODA PENELITIAN</b>	
3.1 PendekatanPenelitian.....	42
3.2 PopulasidanSampel.....	42
3.2.1 Populasi .....	42
3.2.2 Sampel .....	42
3.3 IdentifikasiVariavel .....	43
3.4 DefinisiOperasional .....	44
3.5 JenisdanSumber Data .....	47
3.6 ProsedurPengumpulan Data .....	47
3.7 UjiValiditasdanReabilitas.....	48
3.8 Uji Model Analisa .....	49
3.9 UjiHipotesis .....	50
3.10 KoefisienDeterminasiBerganda ( $R^2$ ).....	54
3.11 UjiHipotesa 2 (uji t) .....	55
3.12 UjiHipotesa 3 (ujidominan).....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Bank Jatim .....	60
4.2 DeskripsiHasilPenelitian .....	61
4.2.1 DeskripsiIdentitasResponden .....	61
4.3 DeskripsiMengenaiVariabelPenelitian.....	64
4.3.1 PenilaianatasMasing-masingVariabel .....	64
4.3.2 DeskripsiMengenaiVariabel <i>Product</i> (Produk) ( $X_1$ ) .....	65
4.3.3 DeskripsiMengenaiVariabel Price ( Harga ) ( $X_2$ ).....	65
4.3.4 DeskripsiMengenaiVariabel <i>Promotion</i> (Promosi) ( $X_3$ ) ....	66
4.3.5 DeskripsiMengenaiVariabel <i>Place</i> (Tempat) ( $X_4$ ) .....	66
4.3.6 DeskripsiMengenaiVariabel <i>People</i> (Orang) ( $X_5$ ).....	67



4.3.7	Deskripsi Mengenai Variabel <i>Process</i> (Proses ( $X_6$ ))	68
4.3.8	Deskripsi Mengenai Variabel <i>Customer Service</i> (layanan Konsumen ( $X_7$ ))	68
4.3.9	Deskripsi Mengenai Variabel Kepuasan Nasabah ( $Y$ )	69
4.4	Analisis Data	70
4.4.1	Uji Instrumen	40
4.5	Uji Model	75
4.5.1	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	75
4.5.2	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )	79
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis	79
4.6.1	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	79
4.6.2	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	81
4.6.3	Hasil Pengujian Hipotesa 3	86
4.7	Pembahasan	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan	92
5.2	Saran	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristikjeniskelaminresponden .....	62
Tabel 4.2 Karakteristikusiaresponden .....	62
Tabel 4.3 KarakteristikPendidikanTerakhir .....	63
Tabel 4.4 Karakteristikpekerjaanresponden .....	63
Tabel 4.5 Kategori mea masing-masingvariabel.....	64
Tabel 4.6 Jawabanrespondenmengaivariabelproduk X1 .....	65
Tabel 4.7 Jawabanrespondenmengaivariabelharga X2 .....	65
Tabel 4.8 Jawabanrespondenmengaivariabelpromosi X3 .....	66
Tabel 4.9 Jawabanrespondenmengaivariabeltempat X4 .....	67
Tabel 4.10 Jawabanrespondenmengaivariabel orang X5 .....	67
Tabel 4.11 Jawabanrespondenmengaivariabel proses X6.....	68
Tabel 4.12 Jawabanrespondenmengaivariabellayanankonsumen X7 .....	68
Tabel 4.13 Jawabanrespondenmengaivariabelkepuasannasabah Y .....	69
Tabel 4.14 Hasilpengujianvaliditasvariabelproduk X1 .....	70
Tabel 4.15 Hasilpengujianvaliditasvariabelharga X2 .....	71
Tabel 4.16 Hasilpengujianvaliditasvariabelpromosi X3 .....	71
Tabel 4.17 Hasilpengujianvaliditasvariabeltempat X4 .....	72
Tabel 4.18 Hasilpengujianvaliditasvariabel orang X5 .....	72
Tabel 4.19 Hasilpengujianvaliditasvariabel proses X6.....	73
Tabel 4.20 Hasilpengujianvaliditasvariabellayanankonsumen X7 .....	73
Tabel 4.21 Hasilpengujianvaliditasvariabelkepuasannasabah Y .....	74
Tabel 4.22 Hasilpengujianreliabilitas.....	75
Tabel 4.23 HasilanalisisUji F.....	80
Tabel 4.24 HasilanalisisUji t.....	81
Tabel 4.25 Nilainstandardzedcoeficients beta.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kurva Distribusi F.....	80
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji T pengaruh produk (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y).....	82
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji T pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).....	83
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji T pengaruh promosi (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y).....	83
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji T pengaruh tempat (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y).....	84
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji T pengaruh orang (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y).....	84
Gambar 4.7 Kurva Distribusi Uji T pengaruh proses (X6) terhadap kepuasan nasabah (Y).....	85
Gambar 4.8 Kurva Distribusi Uji T pengaruh layanan konsumen (X7) terhadap kepuasan nasabah (Y).....	86

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : In put SPSS
- Lampiran 3 : Out put SPSS
- Lampiran 4 : Tabel F danTabel t

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh bauran pemasaran jasa yang meliputi: *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses) dan *customer service* (layanan konsumen) secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini bauran pemasaran jasa yang meliputi: *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses) dan *customer service* (layanan konsumen). Sedangkan variabel terikat adalah kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 91 orang. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “bauran pemasaran jasa yang meliputi: *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses) dan *customer service* (layanan konsumen) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya” dapat didukung kebenarannya. Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “bauran pemasaran jasa yang meliputi: *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses) dan *customer service* (layanan konsumen) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya” dapat didukung kebenarannya.

**Kata Kunci** :*product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses), *customer service* (layanan konsumen) dan kepuasan nasabah

## **ABSTRACTION**

*The purpose of this research is to examine the effect of service marketing mix which include: product, price, promotion, place, process and customer service simultaneous and partial to customer satisfaction of PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. The independent variables in this research are service marketing mix which include: product, price, promotion, place, process, and customer service. While the dependent variable is customer satisfaction PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. In this research, the determination of the sample is done by non probability sampling method with purposive sampling procedure. The sample used is 91 people. Prior to hypothesis testing conducted reliability and validity test. The result is all valid and reliable variables, F test result shows  $F_{count} > F_{table}$  with 0.000 significance. Thus the hypothesis which states "marketing service mix that includes: product (price), promotion, place, people, process and customer service (simultaneous service) significant effect on customer satisfaction PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya "can be supported truth. Result of t test show each variable with significance less than 0,05. Thus the hypothesis that "marketing service mix includes: product, price, promotion, place, people, process (process) and customer service (customer service) partial significant effect on customer satisfaction PT. Bank Jatim Cabang Utama Surabaya "can be supported truth.*

**Keywords:** *product, price, promotion (promotion), place, people, process (process), customer service (customer service) and customer satisfaction*