

**MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(PT. BANK MANDIRI MIKRO CABANG JEMBER
(PERSERO) Tbk.)**

SKRIPSI



**Oleh :
PUNGKI ISNANDA SUSIA DEWI
NIM 15.10411.363**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Pungki Isnanda Susia Dewi
NIM : 15.10.411.363
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : “**MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS NASABAH (PT. BANK MANDIRI MIKRO CABANG JEMBER (PERSERO) Tbk.)**” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Juli 2019
Yang menyatakan,

Pungki Isnanda Susia Dewi
NIM. 15.10.411.363

SKRIPSI

**MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS NASABAH (PT. BANK
MANDIRI MIKRO CABANG JEMBER (PERSERO) Tbk.)**

Oleh :

PUNGKI ISNANDA SUSIA DEWI

NIM 15.10411.363

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Bayu Wijayanti, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : A. Fahrur Rosi, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : Marketing Mix Terhadap Loyalitas Nasabah (PT. BANK MANDIRI MIKRO CABANG JEMBER (PERSERO) Tbk.), telah uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Pungki Isnanda Susia Dewi / 1510411363
Tanggal : 23 Juli 2019
Tempat : Fakutas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Maheni Ika Sari, SE, MM
NPK : 197708112005012000

Anggota 1,

Anggota 2,

Bayu Wijayantini, SE, MM
NPK : 10 09 061

A. Fahrur Rozi, SE, MM
NPK : 19900201.1.1703798

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Progam Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK : 01 09 289

Haris Hermawan, SE, MM
NPK : 15 03 643

MOTTO

“Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong)”

(HR. Muslim)

“Jika mempertaruhkan segalanya untuk hasrat sesaat, kau hanya akan mendapatkan kepuasan sesaat”

(Nick Vujicic)

“Yakinlah kau bisa dan kau sudah separuh jalan menuju kesana”

(Theodore Roosevelt)

“Melalui kesabaran, seseorang dapat meraih lebih dari pada melalui kekuatan yang dimilikinya”

(Edmund Burke)

“Tuhan tidak pernah salah memberiku sesuatu apapun itu dan waktunya adalah Harapanku... Dear GOD...”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

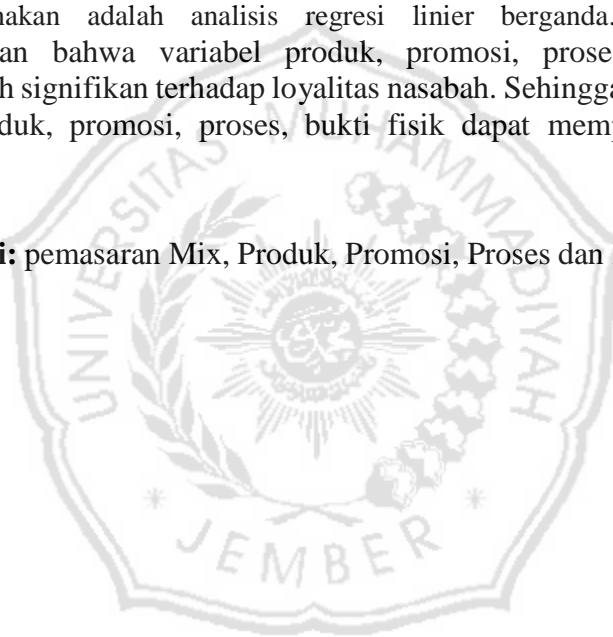
Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Untuk Papa dan Mama yang telah mengasuhku treima kasih atas limpahan doa, kasih sayang, nasehat, memberiku dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup yang diberikan demi keberhasilanku;
2. Adik, Kakak, dan Saudarah yang selalu memberiku dukungan, semangat dan selalu mengisi hari-hariku dengan canda tawa dan kasih sayang mendukung sehingga saya berhasil menyelesaikan skripsi;
3. Buat Sahabatku, Faris, Giga, Ghozy, Eka, Faisal, Meivy, Mega, Wilda, Dhea, Rani, Yuli, Finda, dan Gita. terima kasih atas bantuan, doa, nasehat, canda tawa, semangat, dan memberikan dorongan yang luar biasa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
4. Terima kasih buat mas Deddy yang sudah membantu dalam penelitian skripsi serta memberi motivasi dan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
5. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi 2015 atas pemberian semangat serta doanya;
6. Teman-teman KKN;
7. Bapak dan Ibu dosen pembimbing satu dan dua, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan bimbingannya;
8. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRAK

Membangun Marketing Mix Terhadap Loyalitas Nasabah (Pt. Bank Mandiri Mikro Cabang Jember (Persero) Tbk.); Pungki Isnanda Susia Dewi ; 1510411363; 2019; 72 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember. Dunia usaha era modern saat ini merupakan langkah utama dalam meningkatkan taraf perekonomian baik individu kelompok maupun bangsa. Tujuan kajian ini adalah untuk menentukan efek bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan (PT. Bank Mandiri mikro cabang Jember (Persero) Tbk.) Yang diukur menggunakan beberapa analisis regresi linier. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 152 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, promosi, proses dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk, promosi, proses, bukti fisik dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

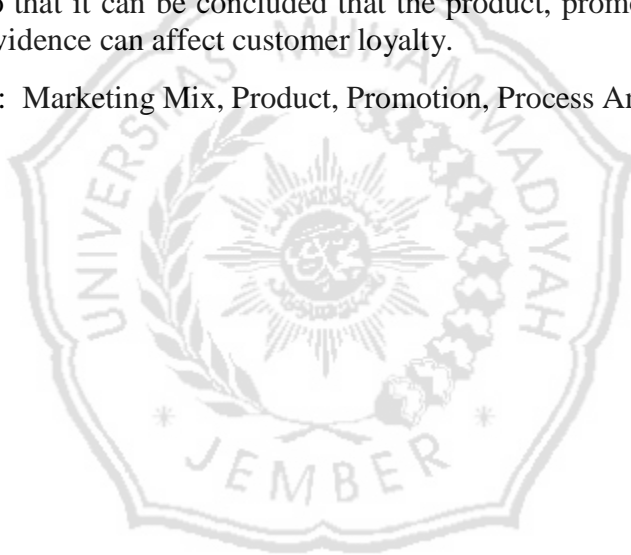
Kata kunci: pemasaran Mix, Produk, Promosi, Proses dan Bukti Fisik



ABSTRACT

Building a Marketing Mix on Customer Loyalty (Pt. Bank Mandiri Mikro Jember Branch (Persero) Tbk.); Pungki Isnanda Susia Dewi; 1510411363; 2019; 72 pages; Department of Management, Faculty of Economics, Muhammadiyah Jember University. Today's business world is the main step in improving the economic level of both individual groups and nations. The purpose of this study was to determine the effect of marketing mix on customer loyalty (pt. Bank mandiri mikro cabang jember (persero) tbk.) Which was measured using multiple linear regression analysis. This research was conducted by distributing questionnaires to 152 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that product, variables, promotion, process, and physical evidence have a significant effect on customer loyalty. So that it can be concluded that the product, promotion, process, and physical evidence can affect customer loyalty.

Keyword : Marketing Mix, Product, Promotion, Process And Physical Evidence



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS NASABAH (PT. BANK MANDIRI MIKRO CABANG JEMBER (PERSERO) Tbk.)**”. Sebagai manusia biasa saya tidak akan pernah luput dari kesalahan, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati saya mohon kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun pembaca.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, bantuan dan motivasi yang sangat bergunan dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, untuk itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Dr. Ir. Muhammad Hazmi, DESS**, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu **Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **Haris Hermawan, SE, MM**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak dan ibu, selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat sederhana dan jauh dari kesempurnaan dalam penyajiannya, untuk itu saran dan kritik membangun sangat penulis harapkan.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua yang memerlukannya.

Jember, April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.2. Marketing mix	5
2.1.3. Loyalitas Nasabah	12
2.1.3.1 Faktor-Faktor Yang Membentuk Loyalitas Nasabah	14
2.1.3.2 Tahap-Tahap Pertumbuhan Loyalitas Nasabah.....	16
2.1.3.3 Indikator Loyalitas Nasabah.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	25
3.2. Definisi Operasional.....	25
3.3. Desain Penelitian.....	26

3.4. Fokus Penelitian	27
3.5. Lokasi Penelitian	27
3.6. Jenis dan Sumber Data	27
3.7. Populasi dan Sampel	27
3.7.1. Populasi	27
3.7.2. Sampel	28
3.8 Tehnik Pengumpulan Data	28
3.8.1. Tehnik Pengolahan Data	29
3.9 Analisis Data	30
3.9.1. Statistik deskriptif	30
3.9.2. Uji Instrumen	31
3.9.1.1. Uji Validitas	31
3.9.1.2. Uji Reliabilitas	31
3.9.3. Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.9.4. Uji Asumsi Klasik	32
3.9.5. Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASA	36
4.1 Gambaran Umum PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	36
4.2 Hasil Analisis Data	37
4.2.1 Statistik Deskriptif	37
4.2.1.1. Deskriptif Karakteristik Responden	37
4.2.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian	39
4.2.1.3. Deskripsi Variabel Produk (X1)	40
4.2.1.4. Deskripsi Variabel Promosi (X2)	41
4.2.1.5. Deskripsi Variabel Proses (X3)	42
4.2.1.6. Deskripsi Variabel Physical Evidence (X4)	43
4.2.1.7. Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah (Y)	44
4.2.2. Uji Instrumen	44
4.2.2.1. Uji Validitas	44

4.2.2.2. Uji Reliabilitas.....	46
4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.2.4. Uji Asumsi Klasik.....	48
4.2.4.1. Uji Normalitas.....	48
4.2.4.2. Uji Multikolinieritas.....	49
4.2.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.2.4.4. Uji Autokorelasi.....	50
4.2.5. Uji Hipotesis.....	51
4.2.5.1. Uji t.....	51
4.2.5.2. Uji Koefisien Destriminasi (R^2).....	52
4.3. Pembahasan.....	52
4.3.1 Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Mikro Cabang Jember (Persero) Tbk.....	52
4.3.2 Promosi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Mikro Cabang Jember (Persero) Tbk.....	53
4.3.3 Proses Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Mikro Cabang Jember (Persero) Tbk.....	54
4.3.4 Physical Evidence Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Mikro Cabang Jember (Persero) Tbk.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual20
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....50



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Latar Belakang Masalah.....	3
Tabel 3.1	Uji Asumsi Klasik.....	36
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2	Usia Responden.....	39
Tabel 4.3	Setatus Pendidikan Responden	39
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Produk.....	40
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	41
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Proses.....	42
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Physical Evidence.....	43
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah.....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas Data.....	48
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 3.14	Autokorelasi	50
Tabel 4.15	Hasil Uji T.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	61
Lampiran 2 Rekapitulasi	64
Lampiran 3 Analisis Frekuensi.....	69
Lampiran 4 Uji Instrumen	79
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	85
Lampiran 7 Uji Hipotesis	87
Lampiran 8 Dokumentasi.....	88



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customers loyalty. *ABAC journal*, 29(1).
- Azwar, S. (2012). Metode Penelitian (Cetakan XIII). *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Alma, B., & Hurriyati, R. (2008). *Manajemen corporate & strategi pemasaran jasa pendidikan*. Alfabeta.
- Hasan, F. D. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Achmad Yani Makassar.
- Imam, G. (2005). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- KOYONG, M. D., SUMAYKU, S., & KALANGI, J. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(4).
- Kasmir. (2007). *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga. *Jakarta: PT. Indeks*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi 13. *Jakarta: Erlangga*.
- Marina, S., Darmawati, A., & Setiawan, I. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Penerbangan Full Service Airlines. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 1(2), 157-164.
- Putra, I. G. N. A. L., & Sulistyawati, E. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Mengwi Badung. *E-Jurnal Manajemen*, 2(8).
- Sutisna, A. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada kantor Ajb Bumiputera Syariah Cabang Serang. *Jurnal Ilmiah Revenue*, 2(2), 128-138.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen. *BPFE, Yogyakarta*.
- Sulistyo, B. (2010). Metode Penelitian.
- Tjiptono, F. (2009). Strategi Pemasaran Jasa. *Yogyakarta: CV. Andi*.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi bisnis pemasaran. *Yogyakarta: Andi*.
- Utami, S. (2015). The influence of customers' trust on customer loyalty. *International journal of economics, commerce and management*, 3(7), 638-653.
- Utomo, P. D. (2006). *Analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada operator telepon selular* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Wahjono, S. I. (2010). Manajemen Pemasaran Bank. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.

