

**PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGANKU PADA BANK MANDIRI TBK,
KC PALEMBANG A RIVAI**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Sarjana Terapan (DIV) Program Studi Manajemen Bisnis
Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**AFIFAH AL MUBAROKAH
NPM 061840631499**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRWIJAYA
PALEMBANG
2022**

**PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGANKU PADA BANK MANDIRI TBK,
KC PALEMBANG A RIVAI**



SKRIPSI

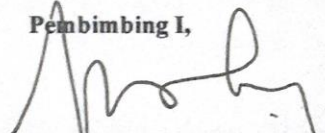
**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Sarjana Terapan (DIV) Program Studi Manajemen Bisnis
Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:


**Afifah Al Mubarakah
NPM 061840631499**

Menyetujui,

Pembimbing I,

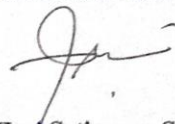

**Dr. Markoni Badri, S.E., MBA
NIP 196103251989031001**

**Palembang, Agustus 2022
Pembimbing II,**



**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M
NIP 197504212001122001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis


**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001**

**Ketua Program Studi DIV
Manajemen Bisnis**


**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M.
NIP 197504212001122001**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afifah Al Mubarakah
NPM : 061840631499
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D IV Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Brand Image, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk TabunganKu pada PT Bank Mandiri Tbk, KC Palembang A Rivai

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Skripsi ini bukanlah plagiat/salinan skripsi milik orang lain.
3. Apabila skripsi saya plagiat/menyalin skripsi milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2022



Afifah Al Mubarakah
NPM 061840631499

LEMBAR PENGESAHAN

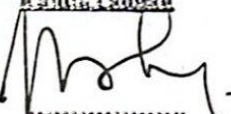
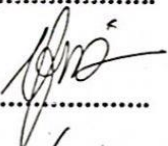
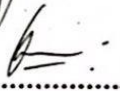

Nama : Afifah Al Mubarakah
NPM : 061840631499
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D IV Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Brand Image, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasaba Menggunakan Produk TabunganKu pada PT Bank Mandiri Tbk, KC Palembang A Rivai

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi D IV
Manajemen Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis
dan dinyatakan **LULUS**

Pada Hari: Rabu

Tanggal: 03 Agustus 2022

TIM PENGUJI

<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
Dr. Markoni Badri, S.E., MBA Ketua Penguji	
Afrizawati M, S.E., M.Si Anggota Penguji	
Yulia Pebrianti, S.E., M.Si Anggota Penguji	
Purwati, S.E., M.M Anggota Penguji	

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“I am not bound to win, but I am bound to be true, I am not bound to succeed, but I am bound to live up to what light I have”

(Abraham Lincoln)

“If there is an up there must be down, that’s a sad truth. But, when hard time comes, there is always an open door, so never give up”

(Nakamoto Yuta)

Kupersembahkan kepada:

- 1. Kedua Orang Tua**
- 2. Keluargaku**
- 3. Teman-teman kelas 8MBA**
- 4. Almamater Kebanggaanku**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Karena, berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap minat nasabah menggunakan produk tabunganku pada PT Bank Mandiri KC Palembang A Rivai”

Skripsi ini membahas pengaruh variabel independen secara parsial dan simultan terhadap variabel dependen dengan menggunakan metode kuantitatif yang diolah menggunakan SPSS (*statistical package for the social sciences*) ver. 23. Teknik analisis data yang digunakan uji f, uji t, koefisien determinasi dan regresi linier berganda, untuk mengetahui pengaruh simultan, parsial dan hubungan antar variabel. Hasil dari penelitian dapat dijadikan informasi dan saran yang dapat digunakan oleh Bank Mandiri.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki, sehingga penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima segala kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantuk dalam proses penyusunan skripsi ini karena tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan membutuhkannya, khususnya mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Skripsi berbagai pihak sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini tepat pada batas waktu yang telah ditentukan. Oleh sebab itu, atas tersusunnya Skripsi ini tidak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., MM., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Markoni Badri, S.E., MBA selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk, serta saran kepada saya dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
5. Bapak Dr. Dewi Fadila, S.E.,M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk, serta saran kepada saya dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Yudi Permana selaku Branch sales manager Bank Mandiri Tbk, KC Palembang A Rivai, yang telah mengizinkan kami melakukan penelitian
7. Abi, umi dan nenek yang selalu mendoakan dan memberikan bantuan moril maupun materil yang selalu mensupport, memberi kasih sayang untuk saya.
8. Grup wanita manjyah, Wibu, dan Lpj yang telah memberi semangat dan menghibur disaat letih.
9. Teman-teman kelas 8 MBA Administrasi Bisnis angkatan 2018 yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas kerjasamanya selama ini. Senang bisa satu kelas dengan kalian.

10. Sahabat saya Rizki Purwandari dan Intan Khisana yang telah bersama-sama melewati 4 tahun ini dengan canda dan tawa diselingi duka.

11. Semua pihak yang telah membantu dan memudahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih orang-orang baik yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Semoga Allah SWT. Membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya aaammiinnnn.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

ABSTRAK

Perkembangan perbankan yang semakin pesat menimbulkan persaingan ketat antar bank, maka dari itu bank membuat produk tabunganku yang sesuai kebutuhan masyarakat, agar masyarakat berminat untuk menabung. Pada bank mandiri produk tabunganku meningkat 5% tiap tahunnya. Peneliti ingin mencari tahu faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabunganku. Adapun factor yang diperkirakan mempengaruhi minat nasabah yaitu brand image, promosi, dan kualitas produk. Metode penyelesaian masalah yang penulis gunakan yaitu uji f, uji t dan Regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pada penelitian ini secara simultan brand image, promosi, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah, dan secara parsial hanya brand image yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah, sedangkan promosi dan kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Bank mandiri harus memperkuat dan mempertahankan citra perusahaan, maupun citra produknya, karena itu yang menjadi daya tarik utama bank mandiri, kemudian tingkatkan promosi dan kualitas produk menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah dan kemajuan zaman

Kata Kunci: TabunganKu, Brand Image, Promosi, dan Kualitas Produk

ABSTRACT

The increasingly rapid development of banking has led to intense competition between banks, therefore the bank makes my savings product according to the needs of the community, so that people are interested in saving. At the Mandiri bank, Tabunganku product increased by 5% every year. Researchers want to find out the factors that influence customer interest in my savings product. The factors that are estimated to influence customer interest are brand image, promotion, and product quality. The problem solving method that the writer uses is the f test, t test and multiple linear regression to determine the simultaneous and partial effect of the independent variable on the dependent variable. The results in this study simultaneously brand image, promotion, and product quality have a positive effect on customer interest, and partially only brand image has a positive and significant effect on customer interest, while promotion and product quality have no significant positive effect on customer interest. Bank Mandiri must strengthen and maintain the image of the company, as well as the image of its products, because that is the main attraction of Bank Mandiri, then improve promotion and product quality according to customer needs and the progress of the times.

Keywords: TabunganKu, Brand image, promotion, and product quality

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Penyelesaian Masalah	6

BAB II STUDI PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Brand Image	7
2.1.1.1 Pengertian Brand Image	7
2.1.1.2 Faktor-faktor Brand Image	8
2.1.1.3 Indikator Brand Image	8
2.1.2 Promosi	9
2.1.2.1 Pengertian Promosi	9
2.1.2.2 Tujuan Promosi	9
2.1.2.3 Indikator Promosi.....	10

2.1.3 Kualitas Produk	10
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.3.2 Faktor-faktor Kualitas Produk.....	10
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk	11
2.1.4 Minat	11
2.1.4.1 Pengertian Minat	11
2.1.4.2 Faktor-faktor Minat	12
2.1.4.3 Indikator Minat.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Berpikir	25
2.4 Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	27
3.2 Rancangan Penelitian.....	27
3.3 Jenis dan sumber	27
3.3.1 Jenis Data	27
3.3.2 Sumber Data.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.5.1 Populasi.....	29
3.5.2 Sampel	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1 Uji Validitas.....	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.6.3 Uji Parsial (uji t)	31
3.6.4 Uji Simultan (uji f).....	32
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	32
3.6.6 Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.7.1 Variabel Independen	34
3.7.2 Variabel Dependen.....	34
3.7.3 Operasional Variabel.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil umum perusahaan	37
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan	37
4.1.2 Visi dan Misi Bank Mandiri.....	38
4.1.3 Tata nilai perusahaan.....	38
4.2 Hasil	39

4.2.1 Karakteristik responden	39
4.2.2 Rekapitulasi kuesioner	41
4.2.3 Uji instrumen.....	49
4.2.4 Uji hipotesis	53
4.2.5 Pembahasan.....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah TabunganKu pada PT Bank Mandiri KC Palembang A Rivai Periode 2017-2021	4
Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Instrumen skala likert untuk variabel.....	29
Tabel 3.2 Definisi operasional variabel	36
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	39
Tabel 4.2 Usia responden.....	39
Tabel 4.3 Pekerjaan responden	40
Tabel 4.4 Durasi penggunaan TabunganKu.....	40
Tabel 4.5 Rekapitulasi jawaban X1.1	41
Tabel 4.6 Rekapitulasi jawaban X1.2	41
Tabel 4.7 Rekapitulasi jawaban X1.3	42
Tabel 4.8 Rekapitulasi jawaban X1.4	43
Tabel 4.9 Rekapitulasi jawaban X2.1	43
Tabel 4.10 Rekapitulasi jawaban X2.2	44
Tabel 4.11 Rekapitulasi jawaban X2.3	44
Tabel 4.12 Rekapitulasi jawaban X2.4	45
Tabel 4.13 Rekapitulasi jawaban X3.1	45
Tabel 4.14 Rekapitulasi jawaban X3.2	46
Tabel 4.15 Rekapitulasi jawaban X3.3	46
Tabel 4.16 Rekapitulasi jawaban X3.4	47
Tabel 4.17 Rekapitulasi jawaban X3.5	47
Tabel 4.18 Rekapitulasi jawaban X3.6	48
Tabel 4.19 Rekapitulasi jawaban Y1.1	48
Tabel 4.20 Rekapitulasi jawaban Y1.2	49
Tabel 4.21 Rekapitulasi jawaban Y1.3	49
Tabel 4.22 Hasil uji validitas Brand Image (X1)	50
Tabel 4.23 Hasil uji validitas Promosi (X2).....	50
Tabel 4.24 Hasil uji validitas Kualitas Produk (X3)	51
Tabel 4.25 Hasil uji validitas Minat Nasabah (Y).....	51
Tabel 4.26 Hasil uji reabilitas	52
Tabel 4.27 Hasil uji t.....	53
Tabel 4.28 Hasil uji f.....	54
Tabel 4.29 Hasil koefisien determinasi.....	54
Tabel 4.30 Hasil Regresi linier berganda.....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	25