

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DALAM MEMPENGARUHI
PERSEPSI NASABAH PADA BANK SARIMADU
PD. BPR BANGKINANG**



OLEH:

YUSNI DARTI

NIM : 11071203988

PROGRAM S1

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERISULTAN SYARIF KASIM RIAU

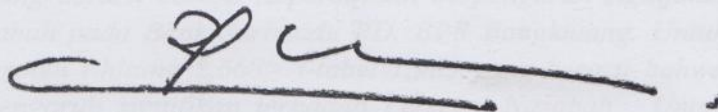
PEKANBARU

2014

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : YUSNI DARTI
NIM : 11071203988
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PERSEPSI
NASABAH PADA BANK SARIMADU PD. BPR
BANGKINANG.

**DISETUJUI OLEH
PEMBIMBING**



ERMANSYAH, SE.MM

NIK. 130712070

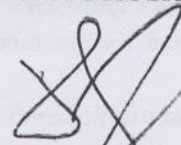
MENGETAHUI



DR. MAHENDRA ROMUS, SP.M.Ec

NIP. 19711119 200501 1 004

KETUA JURUSAN



MULIA SOSIADY, SE.MM.Ak

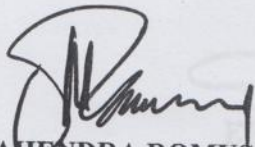
NIP. 19761217 200901 1 014

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : YUSNI DARTI
NIM : 11071203988
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PERSEPSI
NASABAH PADA BANK SARIMADU PD. BPR
BANGKINANG
TANGGAL : 26 JUNI 2014

PANITIA PENGUJI

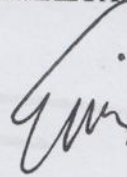
KETUA



Dr. MAHENDRA ROMUS, SP.M.Ec

NIP. 19711119 200501 1 004

SEKRETARIS

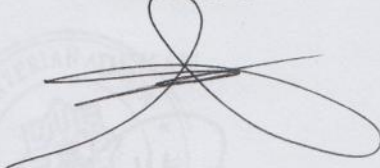


JASMINA SYAFE'I SE, Ak

NIP.19750307 200701 2 019

MENGETAHUI,

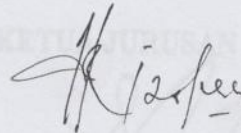
PENGUJI I



FAKHRURROZI, SE.MM

NIP.19710124 200701 1 020

PENGUJI II



HARIZA HASYIM, SE.M.Si

NIP.19760910 200901 2 003

ABSTRAK

PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PERSEPSI NASABAH PADA BANK SARIMADU PD. BPR BANGKINANG

YUSNI DARTI

Penelitian ini dilakukan pada Bank Sarimadu PD. BPR Bangkinang. Rumusan masalah yang diteliti adalah seberapa besar pengaruh Brand Image mempengaruhi persepsi nasabah pada Bank Sarimadu PD. BPR Bangkinang, dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Brand Image terhadap Persepsi Nasabah pada Bank Sarimadu PD. BPR Bangkinang .

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan alat uji SPSS versi 17 for Windows. Dalam mengolah data kuantitatif, penulis menggunakan teknik analisis regresi $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$. Variabel data penelitian Y adalah Persepsi Nasabah dan X adalah Kepercayaan, Promosi, Kualitas dan Reputasi Perusahaan.

Dari hasil penelitian, diperoleh nilai untuk variable Kepercayaan t -hitung $3,295 > t$ -tabel $1,985$ yang berarti bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Nasabah pada Bank Sarimadu PD. BPR Bangkinang. Untuk variabel Promosi diperoleh t -hitung $2,668 > t$ -tabel $1,985$ yang berarti bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Nasabah . Untuk variable Kualitas diperoleh t -hitung $2,573 > t$ -tabel $1,985$ yang berarti bahwa variabel Kualitas berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Nasabah. Untuk variabel Reputasi Perusahaan diperoleh t -hitung $1,956 < t$ -tabel $1,985$ yang berarti bahwa Reputasi Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Nasabah . Hal ini menunjukkan bahwa variable Kepercayaan, Promosi dan Kualitas berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Nasabah, sementara Reputasi Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Nasabah. Dari hasil penelitian yang dilakukan secara simultan diperoleh nilai F -hitung $34,112 > F$ -tabel $2,467$ yang menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan, Promosi, Kualitas dan Reputasi Perusahaan, berpengaruh secara bersama-sama terhadap Persepsi Nasabah.

Kata kunci: Kepercayaan, Promosi Kualitas, Reputasi Perusahaan dan Persepsi Nasabah.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Robbil'amin, tiada kata yang paling indah selain puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam tidak lupa kita limpahkan kepada junjungan alam Nabiullah Muhammad SAW, dengan mengucap *Allahumma Shalli'ala Muhammad Wa'alaalihi Syaidina Muhammad*, yang telah berjuang membawa umat manusia dari zaman unta menuju zaman kereta, sehingga manusia dapat membedakan antara hak dan yang bathil. Semoga kita termasuk dalam generasi akhir zaman yang mendapatkan syafa'atnya diakhir kelak nanti.

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PERSEPSI NASABAH PADA BANK SARIMADU PD. BPR BANGKINANG”** disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Riau.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan pikiran, waktu dan tenaga serta bantuan moril dan materil khususnya kepada:

1. Ayahanda Sudirman (Alm) dan ibunda Sa'diah yang tercinta, yang telah membesarkan, membimbing dengan penuh pengorbanan, sungguh mulia pengorbananmu, dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan ananda.
2. Buat Abang Ibrahim, Sapruddin, Ismail, Darul Arifin, Awaludin, Kakak Tuti Herawati, Adik tercinta Nora Ritadan buat keponakan-keponakan yang selalu memberikan doa, semangat serta selalu memberikan bantuan moril yang tak terhingga bagi penulis hingga sampai selesainya skripsi ini, semoga yang kuasa selalu memberikan kesehatan, umur yang panjang serta selalu dimurahkan rezkinya.
3. Bapak Prof. Dr. Dr. M. Munzir Hitami, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas tercinta ini.
4. Bapak DR. Mahendra Romus, SP, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Mulia Sosiady, SE, MM, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

7. Bapak Ermansyah, SE, MM, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bimbingan dan mengajarkan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
9. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu banyak bagi penulis dalam proses administrasi selama perkuliahan.
10. Pimpinan Bank Sarimadu PD. BPR Bangkinang beserta karyawan dan karyawan yang telah memberikan izin dan membantu penulis selama dalam melakukan penelitian.
11. Buat sahabat-sahabat saya Sulastri, Yenni, Fitriati dan Nursida terima kasih atas do'a dan dukungannya yang telah kalian berikan. Semoga persahabatan kita menjadi persaudaraan yang abadi selamanya. Bersama kalian warna indah dalam hidupku, suka dan duka berbau dalam kasih.
12. Teman-teman seperjuangan penulis Koniah, Budi Harizal, SE, Windi Dwi Lestari, Mutongat, Tia lastia, SE, Asih Kuswandari, SE, Sutika Endang Dpa, Sola Derita serta teman-teman jurusan Manajemen Lokal G angkatan 2010 yang tidak disebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan motivasi dan rela meluangkan waktu untuk membantu penulis serta menjadi teman yang selalu setia menemani dalam menjalani hari-hari sulit

yang dilalui penulis. Kalian adalah teman-teman seperjuangan yang mengesankan, semua canda dan tawa kita selama berada di bangku perkuliahan tidak akan pernah penulis lupakan.

13. Buat teman dan adik kos penulis yang selama proses perkuliahan selalu menjadi teman dalam suka maupun duka dalam satu atap bersama. Rozita, Kamelia, Yanti Sasnita, Noli Yati, Krisna, Erni, Sri, Dewi, Via, Irma, Riza, Aie dan Siska. Kenangan bersama kalian tidak akan pernah penulis lupakan.

14. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang memberikan doa, semangat, dukungan, saran dan pemikiran sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik dan terselesaikan.

Do'a dan harapan penulis semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak dengan kebaikan yang melimpah serta seluruh pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya. Jazakumullah Khairan Katsiron atas bantuan yang telah diberikan.

Pekanbaru, 01 Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	9
B. Konsep Pemasaran	13
C. Pengertian Pemasaran Bank.....	11
D. Tujuan Pemasaran Dalam Perbankan	18
E. Pengaruh Brand Image Terhadap Persepsi Nasabah	20
F. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah	21
1. Kepercayaan	21
2. Promosi	22
3. Kualitas	24
4. Reputasi Perusahaan.....	30
G. Pengertian Bank	32
H. Jenis-jenis Bank	33
I. Pandangan Islam Tentang Bertransaksi.....	33
J. Penelitian Terdahulu	34
K. Kerangka Pemikiran	35
L. Hipotesis	36
M. Operasional Variabel	37

BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	38
B.	Jenis dan Sumber Data	38
C.	Teknik Pengumpulan Data	39
D.	Populasi dan Sampel.....	39
E.	Uji Kualitas Data	40
F.	Analisis Data	41
G.	Uji Hipotesis	42
H.	Uji Normalitas Data	50
I.	Uji Asumsi Klasik	50
	1. Uji Multikolinieritas	50
	2. Uji Heteroskedastisitas	51
	3. Uji Autokolerasi	51
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A.	Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
B.	Aktivitas Perusahaan	44
C.	Struktur Organisasi	45
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Karakteristik Responden.....	52
	1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
	2. Responden Berdasarkan Umur	53
	3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
B.	Deskripsi Variabel	54
	1. Persepsi Nasabah (Y).....	54
	2. Kepercayaan (X ₁)	55
	3. Promosi (X ₂).....	55
	4. Kualitas (X ₃)	56
	5. Reputasi Perusahaan	56
C.	Uji Kualitas Data	57
	1. Uji Validitas.....	58
	a. Persepsi Nasabah (Y).....	59
	b. Kepercayaan (X ₁)	60
	c. Promosi (X ₂)	61
	d. Kualitas (X ₃)	62
	e. Reputasi Perusahaan	63
	2. Uji Reliability	64
	3. Uji Multikolinieritas	66
	4. Uji Heteroskedastisitas	68

5.	Uji Autokolerasi	70
D.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
E.	Uji Hipotesis	74
1.	Uji Secara Simultan (Uji F)	78
2.	Uji signifikan secara parsial (Uji T)	79
3.	Koefisien Determinan.....	85
F.	Pembahasan	87

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan.....	88
B.	Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN