

**PENGARUH STRATEGI DIFFERENSIASI TABUNGANKU DAN
BRAND IMAGE (CITRA MEREK) TERHADAP MINAT
NASABAH PADA BANK BJB BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Oleh :

Dones Pentamas Putra

201410325206



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

**PENGARUH STRATEGI DIFFERENSIASI TABUNGANKU DAN
BRAND IMAGE (CITRA MEREK) TERHADAP MINAT
NASABAH PADA BANK BJB BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Oleh :

Dones Pentamas Putra

201410325206



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Diferensiasi Tabunganku dan
Brand Image (Citra Merek) Terhadap Minat Nasabah Bank
Bjb Bekasi

Nama Mahasiswa : Dones Pentamas Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325131

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

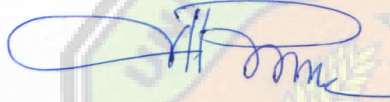
Tanggal Lulus Ujian Skripsi :

Bekasi, Juli 2018

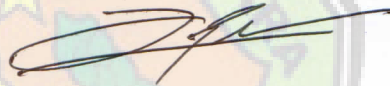
MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Eri Teguh Prasetyo, S.E., M.M
NIP : 0801130



Don Haidy Abel, S.T., MBA&E
NIP : 031611058



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Diferensiasi Tabunganku dan
Brand Image (Citra Merek) Terhadap Minat
Nasabah Pada Bank BJB Bekasi

Nama Mahasiswa : Dones Pentamas Putra
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325131
Program Studi/Fakultas : Ekonomi/Manajamen
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2018

Bekasi, 17 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Zahara Tussoleha Rony, MM

NIDN : 0329017202

Penguji 1 : Drs. Soehardi, MBA, PH.D

NIP : 1612275

Penguji 2 : Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M

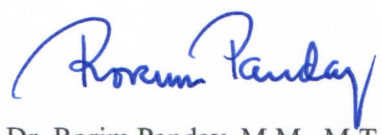
NIP : 0801130

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ekonomi Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP. 1602212


Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
NIP. 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Dones Pentamas Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325131

Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa,

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Strategi Diferensiasi Tabunganku

Dan *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Minat

Nasabah Pada Bank BJB Bekasi.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Dones Pentamas Putra

NPM. 201410325131

ABSTRAK

Dones Pentamas Putra 201410325131. Pengaruh Strategi Diferensiasi Tabunganku dan *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Minat Nasabah pada Bank Bjb Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi differensiasi dan *brand image* (Citra Merek) tabunganku terhadap minat nasabah pada bank Bjb Bekasi. Metode penelitian disini menggunakan Kuantitatif, dengan analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f, dapat disimpulkan bahwa : Strategi Diferensiasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Bank bjb Bekasi. *Brand Image* (Citra Merek) secara parsial berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Minat Nasabah Bank bjb Bekasi. Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa Secara simultan, Strategi Diferensiasi dan *Brand Image* (Citra Merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Bank BJB Bekasi.

Kata kunci : Strategi Diferensiasi, *Brand Image*, Minat Nasabah.

ABSTRACT

Dones Pentamas Putra 201410325131. The Influence of Differentiation Strategy of Tabunganku and Brand Image (Citra Brand) on Customer Interest in Bank Bjb Bekasi.

This study aims to determine the influence of differentiation strategies and brand image (Citra Brand) savings against customer interest in bank Bjb Bekasi. The research method here uses Quantitative, with multiple linear regression analysis, t test and f test. Survey method based on t test, f test and multiple linear regression concluded that: Differentiation Strategy partially have a positive and significant impact to the Interest of BJ BK Bangkasi Customer Customers. Brand Image (Image Brand) partially have a positive and Significant effect on the Interest of BJ Bekasi Bank Customer. Based on data analysis conducted, it can be concluded that simultaneously, Diferensiasi Strategy and Brand Image (Citra Brand) have positive and significant impact on BJB Bank Customer Interest in Bekasi.

Keywords: Differentiation Strategy, Brand Image, Interest of Customer.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi ini. Penulisan Tugas Akhir/Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Tugas Akhir/Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Rorim Panday, MM, MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal S.E, M.M, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ery Teguh Prasetyo SE, MM, dan Don Haidy Abel. ST, MBA&E selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan baik materi maupun teknis, sehingga skripsi penulis siap untuk disidangkan.
5. Orang Tua (Ibu Sabarita, Bapak Darlis) dan keluarga yang telah memberikan bantuan dan dukungan materi dan moral dalam penyusunan tugas akhir skripsi.
6. Sahabat tersayang, dan teman-teman seperjuangan yang selalu memberi semangat dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
7. Terimakasih kepada Angel Bonita yang selalu menemani mengerjakan skripsi sampai selesai.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan, semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Akhir kata penulis berharap kepada Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, semoga tugas akhir skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan.

Jakarta, 17 Juli 2018

Dones Pentamas Putra

NPM : 201410325131



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	7
2.2 Minat	7
2.2.1 Definisi Minat	7
2.2.2 Faktor Minat	8
2.2.3 Indikator Minat	9
2.3 Strategi Diferensiasi	9
2.3.1 Definisi Strategi Diferensiasi	9
2.3.2 Faktor Diferensiasi Produk	10
2.3.3 Indikator Diferensiasi Produk	10
2.4 <i>Brand Image</i>	11
2.4.1 Definisi <i>Brand Image</i>	11
2.4.2 Tolak Ukur <i>Brand Image</i>	13
2.4.3 Faktor Citra Merek	13
2.4.4. Indikator Citra Merek	14
2.5 Penelitian Terdahulu	14
2.6 Kerangka Pemikiran	15
2.6.1. Hipotesis	16

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	17
3.2 Tahapan Penelitian	17
3.3 Model Konseptual Penelitian	18
3.3.1 Konsep Pemikiran	18
3.3.2 Kerangka Pemikiran.....	18
3.4 Definisi Operasional Variabel	19
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	23
3.6. Metode Pengambilan Sampel	23
3.6.1 Populasi	23
3.6.2 Sampel	23
3.7 Metode Analisis Data.....	25
3.8 Uji Instrumen	27
3.8.1 Uji Validitas	27
3.8.2 Uji Reliabilitas	28
3.9 Uji Asumsi Klasik	29
3.9.1 Uji Normalitas	29
3.9.2 Uji Multikolinieritas	29
3.9.3 Uji Heterokedastisitas	30
3.9.4 Uji Autokorelasi	31
3.10 Uji Hipotesis	31
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	31
3.10.2 Uji Simultan (Uji f).....	32
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.11 Regresi Linear Berganda	33

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	34
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	36
4.1.2 Struktur Organisasi	36
4.2 Analisis Deskriptif	36
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	39
4.4 Uji Instrumen Penelitian	40
4.4.1 Uji Validitas	40
4.4.2 Uji Reliabilitas	43
4.5 Uji Asumsi Klasik	45
4.5.1 Uji Normalitas	45
4.5.2 Uji Autokorelasi	46
4.5.3 Uji Multikolinearitas	47
4.5.4 Uji Heteroskedaksitas	48
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	48
4.7 Hasil Uji Hipotesis	50

4.7.1 Uji t (Secara Parsial)	50
4.7.2 Uji f (Secara Simultan).....	51
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.8 Pembahasan hasil penelitian	52

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan	55
5.2 Implikasi Manajerial	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel Minat	19
Tabel 3.2 Operasional Variabel Strategi Diferensiasi	20
Tabel 3.3 Operasional <i>Brand Image</i>	22
Tabel 3.4 Metode Pengambilan Sampel	24
Tabel 3.5 Skala Likert	26
Tabel 3.6 Penafsiran Terhadap Nilai Interval	27
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status	38
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel X1, X2, Y	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X^1)	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (X^2)	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas (Y)	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas (X^1)	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas (X^2)	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas (Y)	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikoleniaritas	47
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4.15 Hasil Uji t	50
Tabel 4.16 Hasil Uji f	51
Tabel 4.17 hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	36
Gambar 4.2 Pie Chart Jenis Kelamin	37
Gambar 4.3 Pie Chart Usia	38
Gambar 4.4 Pie Chart Status	39
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas	48

