

**INVESTIGASI PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG PADA  
TABUNGAN SIKOCI BANK NAGARI**

**(Studi Kasus : Bank Nagari Cabang Utama Padang)**

**TESIS**



Disusun oleh :

**MUSA ADI GUNA  
0920523019**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2017**

**INVESTIGASI PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG PADA  
TABUNGAN SIKOCI BANK NAGARI**

**(Studi Kasus : Bank Nagari Cabang Utama Padang)**

**Tesis**

**Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat Strata-2 Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Andalas**



Disusun oleh :  
**MUSA ADI GUNA**  
**0920523019**

**Pembimbing :**

**Dr. Yulia Hendri Yeni, SE, MT**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2017**

**Investigasi Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah  
Untuk Menabung Pada Tabungan Sikoci Bank Nagari  
(Studi Kasus : Bank Nagari Cabang Utama Padang)**

**ABSTRAK**

**Musa Adi Guna**

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Tabungan Sikoci merupakan produk murni dari Bank Nagari. Menurunnya penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Nagari Cabang Utama Padang serta pertumbuhan nasabah yang tidak mencapai 5% per tahunnya juga dipengaruhi oleh munculnya modifikasi produk dari bank kompetitor. Tujuan penelitian ini mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan sarana terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Tabungan Sikoci Bank Nagari Cabang Utama Padang. Populasi dalam penelitian ini seluruh nasabah Tabungan Bank Nagari Cabang Utama Padang yang menggunakan produk Tabungan Sikoci. Dalam penelitian ini digunakan sampel sebesar 160 responden. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *simple random sampling*. Koefisien regresi produk bernilai positif sebesar 0,872, dengan  $t_{hitung} = 17,805 > t_{tabel} = 1,976$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Koefisien regresi harga bernilai negatif sebesar -0,080, dengan  $t_{hitung} = -2,192 < t_{tabel} = -1,976$  dan nilai signifikansi sebesar 0,030 ( $sig < 0,05$ ). Koefisien regresi promosi bernilai positif sebesar 0,017, dengan  $t_{hitung} = 0,350 < t_{tabel} = 1,976$  dan nilai signifikansi sebesar 0,727 ( $sig > 0,05$ ).

Produk, tempat, proses dan sarana fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Tabungan Sikoci Bank Nagari, maka Bank Nagari Cabang Utama Padang diharapkan mampu mempertahankan Produk, tempat, proses dan sarana fisik sehingga keputusan nasabah untuk menabung pada Tabungan Sikoci Bank Nagari semakin meningkat. Sedangkan untuk promosi dan orang berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Tabungan Sikoci Bank Nagari. Untuk harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Tabungan Sikoci Bank Nagari, maka Bank Nagari Cabang Utama Padang perlu mempertimbangkan kepatutan harga yang ditetapkan agar kedepannya nasabah menjadi lebih berminat untuk menabung.

**Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Proses, Sarana, Tabungan**

**Investigation Influence Marketing Service Mix On Customer Decision To Saving At Sikoci Savings Bank Nagari  
(Case Study: Bank Nagari Main Branch of Padang)**

**ABSTRACT**

Musa Adi Guna  
Faculty of Economics Andalas University

Sikoci Savings is a pure product of Bank Nagari. The decline in the accumulation of Third Party Funds of Nagari Bank of Main Branch Padang and the growth of customers who do not reach 5% per year is also influenced by the emergence of product modification from competitors banks. The purpose of this research is to know the influence of product, price, promotion, place, person, process, and facility to customer's decision to save at Sikoci Savings Bank Nagari Main Branch of Padang. The population in this study are all customers of Nagari Bank Tabungan Branch Padang using Sikoci Savings products. In this study used a sample of 160 respondents. Sampling technique is a simple random sampling technique. The product regression coefficient is positive 0,872, with  $t_{count} = 17,805 > t_{table} = 1,976$  and significance value 0.000 (sig <0,05). Negative price regression coefficient is -0,080, with  $t_{count} = -2,192 < t_{table} = -1,976$  and significance value equal to 0,030 (sig <0,05). Promotion regression coefficient is positive value 0,017, with  $t_{count} = 0,350 < t_{table} = 1,976$  and significance value equal to 0,727 (sig > 0,05). Product, place, process and facility have positive and significant influence to customer's decision to save at Sikoci Tabungan Bank Nagari, so Bank Nagari Main Branch of Padang is expected to maintain Product, place, process and physical facility so that customer decision to save at Sikoci Tabungan Bank Nagari more increasing. As for promotion and people have a positive and insignificant effect on customer's decision to save at Sikoci Savings Bank Nagari. For the price negatively and significantly affect the customer's decision to save at Sikoci Savings Bank Nagari, then Bank Nagari Main Branch of Padang need to consider the appropriateness of the price set so that future customers become more interested to save.

Keywords: Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Facilities, Savings