

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK CICIL EMAS PT BANK SYARIAH
MANDIRI KC. TANJUNG PRIOK**

Dinawati Oktaviana

8223136606



**Karya Ilmiah ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI D-III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

***THE ANALYSIS OF PROMOTION INFLUENCE ON PRODUCT
PURCHASE DECISION FOR GOLD INSTALLMENT PT BANK
SYARIAH MANDIRI TANJUNG PRIOK BRANCH***

Dinawati Oktaviana

8223136606



*The Scientific Paper Report was Written to Fulfill One of The Requirements to Get
Expert Associate Degree Faculty of Economics on State University of Jakarta.*

***STUDY PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016***

ABSTRAK

Dinawati Oktaviana. 2013. 8223136606. Karya Ilmiah Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cicil Emas PT Bank Syariah Mandiri KC.Tanjung Priok. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui tentang promosi produk cicil emas yang digunakan oleh PT Bank Syariah Mandiri KC. Tanjung Priok dan keputusan pembelian nasabah terhadap produk cicil emas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka dan survei. Dan teknik untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa PT Bank Syariah Mandiri KC.Tanjung Priok menggunakan berbagai macam promosi seperti periklanan dengan media cetak dan media elektronik, promosi penjualan dengan cara presentasi, humas dan publisitas yang menggunakan media publikasi untuk mengenalkan produk, penjualan pribadi mendatangi langsung calon nasabah dan pemasaran langsung pihak marketing menuju satu tempat seperti pasar mall dan lain sebagainya untuk menawarkan produk cicil emas. Dari berbagai macam promosi tersebut dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh menggunakan koefisien, determinasi yaitu $D = r^2 \times 100\%$ dapat diketahui dengan $r^2 = 0,68^2 = 0,4624$ maka $0,4624 \times 100\% = 46,24\%$. Artinya promosi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 46,24% dan 53,76% di pengaruhi oleh faktor lain, misalnya harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan lainnya. Dan signifikan di bawah 0,05.

Kata Kunci: Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Dinawati Oktaviana. 2013. 8223136606. Scientific work of Analysis Of Promotion Influence On Product Purchase Decision For Gold Installment PT Bank Syariah Mandiri Kc.Tanjung Priok. Study Program DIII Marketing Management, Faculty of Economics, University State of Jakarta.

This scientific work it is about the promotion of products installment gold used by PT Bank Syariah Mandiri KC. Tanjung Priok and customers' purchasing decisions on products installment gold. The method used in this research is descriptive analysis with data collection methods through literature and surveys. And techniques for gathering data using questionnaires.

From the results of the by writing can be seen that PT Bank Syariah Mandiri KC. Tanjung Priok using a wide range of promotions such as advertising in printed and electronic media, sales promotion by means of presentations, public relations and publicity are used publications to introduce products, personal sales come directly to prospective customers and direct marketing to the marketing side of the market place like the mall and others to offer products installment gold. The promotions of various kinds can influence consumers to product purchasing decisions.

To know how major using coefficient, determination and $D = r^2 \times 100 \%$ it can be seen with $r = 0,68^2 = 0,4624$ so $0,4624 \times 100 \% = 46,24 \%$.It means promotion affect the purchase of 46,24 % and 53,76 % in stir by other factors , for example the price , the quality of service , the quality products and other .And significant under 0,05

The Key Word: Promotion and Purchase Decision

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

Pembimbing,

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Sholikhah, M.M
NIP.196206231990032001



23-06-2016

Jakarta, Juni 2016

Ketua Program Studi D3
Manajemen Pemasaran



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP.195702211985302002


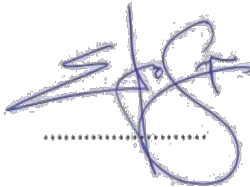

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana ES.M.Bus

NIP. 196712071992031001

| Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|---|---|----------------------------|
| Ketua Penguji | | |
| <u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985302002 |  | <u>23-06-2016</u> |
| Penguji Ahli | | |
| <u>M. Edo S. Siregar, SE, M.BA</u> NIP. 197201252002121002 |  | <u>22-06-2016</u> |
| Dosen Pembimbing | | |
| <u>Dra. Sholikhah, MM</u> NIP. 196206231990032001 |  | <u>21-06-2016</u> |

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini tepat pada waktunya. Karya ilmiah yang berjudul Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cicil Emas PT Bank Syariah Mandiri KC.Tanjung Priok ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.. Secara khusus penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas bantuan yang telah diberikan, terutama kepada:

1. Dr. Dedi Purwana E.S.,M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Umi Mardiyati M,Si selaku Kaprodi D3 Menejemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah, MM selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah
4. Danang R Dinatingharjo selaku Officer Gadai dan Cicil Emas PT Bank Syariah Mandiri KC.Tanjung Priok

5. Orang tua dan kakak saya yang selalu memberikan semangat dan doa untuk mengerjakan Karya Ilmiah.
6. Sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan selalu mengingatkan saya untuk tidak pantang menyerah menyusun karya ilmiah
7. Teman-teman seperjuangan D3 pemasaran 2013 yang saling mendukung.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini jauh dari sempurna, baik bentuk isi maupun teknik penyajian, oleh sebab itu kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak penulis terima dengan tangan terbuka. Semoga kehadiran karya ilmiah ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangsih dalam masalah promosi pemasaran perbankan di Indonesia.

Jakarta, Juni 2016

Penulis