

**PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI NASABAH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
TABUNGAN DANAMON LEBIH DI KANTOR CABANG
PLUIT KENCANA**

FARDAN AFRIANSYAH

8215099335



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

**THE EFFECT OF MOTIVATION AND PERCEPTION ON
PURCHASE DECISION OF CUSTOMER SAVINGS
DANAMON LEBIH AT BRANCH PLUIT KENCANA**

FARDAN AFRIANSYAH

8215099335



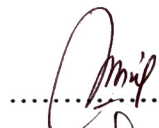
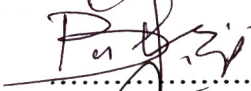
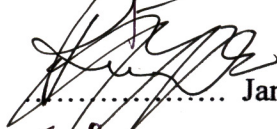
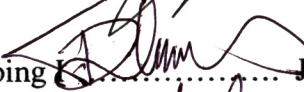
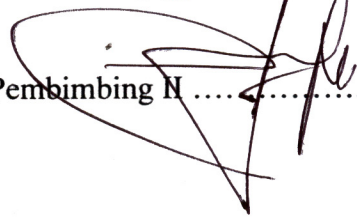
**This Thesis Is Prepared For One of Requirements For Obtaining a Bachelor
of Economics Degree**

**S1 STUDY PROGRAM MANAGEMENT
DEPARTMENT MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2012**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab**
Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 19531002 198503 2 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 19570221 198503 2 002	Ketua		 Januari 2012
2. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Sekretaris		 Januari 2012
3. <u>Dr. Mohammad Rizan, SE., M.M</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli		 Januari 2012
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		 Januari 2012
5. <u>Agung Kresnamurti, ST., M.M</u> NIP. 19740416 200604 1 001	Pembimbing II		 Januari 2012

Tanggal Lulus: Januari 2012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2012

Yang membuat pernyataan

Fardan Afriansyah
No Reg. 8215099335

ABSTRAK

Fardan Afriansyah 8215099335. Pengaruh Motivasi dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Danamon Lebih di Kantor Cabang Pluit Kencana. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Januari 2012.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) analisis deskriptif motivasi dan persepsi serta keputusan pembelian produk tabungan Danamon Lebih, 2) pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian produk tabungan Danamon Lebih, 3) pengaruh variabel persepsi terhadap keputusan pembelian produk tabungan Danamon Lebih, 4) pengaruh motivasi dan persepsi secara bersama terhadap keputusan pembelian produk tabungan Danamon Lebih. Unit observasi adalah 137 responden yang memiliki produk tabungan Danamon Lebih. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert dari 1 sampai 5. Hasil analisis data menunjukkan variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tabungan Danamon Lebih, variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tabungan Danamon Lebih. Dari uji F menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Data diperoleh sebesar 0,321 yang berarti bahwa variabel keputusan pembelian 32,1% dijelaskan oleh variabel motivasi dan persepsi. Sedangkan sisanya 67,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata kunci: motivasi, persepsi, keputusan pembelian

ABSTRACT

Fardan Afriansyah 8215099335. Motivation and Perceptions Influence Customer Purchasing Decisions Against Danamon Lebih Savings Product in the Branch Office Pluit Kencana. Thesis, Jakarta: S1 Management Studies Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta, in January 2012.

The purpose of this study was to determine: 1) description of the motivations and perceptions as well as savings products Danamon Lebih purchasing decisions, 2) the influence of motivation on Danamon Lebih saving product purchasing decisions, 3) the influence of variable perceptions of Danamon Lebih saving product purchasing decisions, 4) the influence of motivations and perceptions together towards a purchase decision Danamon Lebih savings products. The unit of observation is 137 respondents who have Danamon Lebih savings products. The study design used was descriptive and causal. The technique of determining the sample using convenience sampling technique. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale from 1 to 5. The results of data analysis showed motivational variables significantly influence purchasing decisions Danamon Lebih savings, perception variables significantly influence the purchasing decisions Danamon Lebih savings. From the F test shows that the motivation and perception influence on purchasing decisions. Data were obtained at 0.321 which means that the variables explained 32.1% of purchase decisions by motivational variables and perceptions. While the remaining 67.9% influenced or explained by other variables that are not included in this research model.

Key words: motivation, perception, purchasing decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini berjudul : Pengaruh Motivasi dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Danamon Lebih di Kantor Cabang Pluit Kencana.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen Alih Program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih disertai penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing satu
2. Agung Kresnamurti, S.T., M.M, selaku dosen pembimbing dua
3. Dra. Nurahma Hajat, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
5. Dra. Umi Mardiyati M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
6. Para staf pengajar Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.

7. Para staf administrasi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi.
8. *Divisi Public Affair* Bank Danamon, yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian, dan *Branch Service Manager* Kantor Cabang Pluit Kencana, yang telah menerima peneliti untuk melakukan penelitian di Kantor Cabang, serta nasabah Bank Danamon Kantor Cabang Pluit Kencana yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Hanya doa yang penulis panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca.

Jakarta, Januari 2012

Fardan Afriansyah