

**ANALISIS DAMPAK BAURAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG**
(Studi Kasus Pada Koperasi Obor Mas)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

DUNKOTUS GERU
2018410220

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES**

ENDE

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : DUNSKOTUS GERU

Nim : 2018410220

**Judul : ANALISIS DAMPAK BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG (STUDI KASUS PADA
KOPERASI OBOR MAS)**

Ende, 17 Januari 2025

**Telah Diujikan dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores**

Pembimbing I

Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM
NIDN. 08 1809 7501

Pembimbing II

Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2507 7101

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**

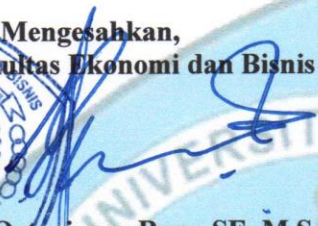
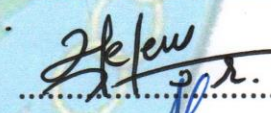
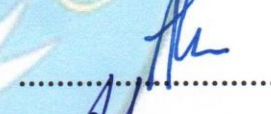
Maria Endang Nani, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna
Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 17 Januari 2025

 Mengesahkan, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc NIDN. 08 2609 7401	 Mengetahui, Ketua Program Studi Manajemen  Maria Endang Jamu, SE., MM NIDN. 08 1410 9101
Tim Penguji:	
01 <u>Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos., MM</u> NIDN. 08 1405 8001	1. 
02 <u>Yulius Laga, SE., M.Ec.Dev</u> NIDN. 08 0507 8703	2. 
03 <u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S., MM</u> NIDN. 08 3110 8301	3. 
04 <u>Lambertus Langga, SE., M.Sc</u> NIDN. 08 2507 7101	4. 
05 <u>Dr. Mansyur A. Hamid, SE., MM</u> NIDN. 08 1809 7501	5. 



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“ANALISIS DAMPAK BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG (STUDI KASUS PADA KOPERASI OBOR MAS)”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 17 Januari 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 17 Januari 2025
Yang Memberi Pernyataan



Dunskotus Geru
2018410220

MOTTO

JANGAN BANDINGKAN PROSESMU DENGAN ORANG LAIN

By
Dunskotus Geru

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur dan ungkapan terima kasih, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu melindungi, membimbing dan memberikan kekuatan serta kesabaran dalam menghadapi tantangan hidup hingga mampu menyelesaikan pendidikan.
2. Para Leluruh yang telah menyertai penulis dari awal perkuliahan hingga sekarang, terima kasih atas penjagaannya selama ini.
3. Kedua orang tuaku tercinta Bapak dan Mama, yang telah berjuang dalam kekurangan, yang tidak henti-henti nya memberi semangat dalam doa dan selalu sabar akan kabar baik.
4. Semua keluargaku tercinta, Kakak dan Adik serta semua keluargaku tersayang yang selalu memberikan semangat motivasi dan dukungan serta selalu mendokan penulis dalam menyelesaikan studi.
5. Sahabat seperjuangan selama masa perkulihan. Terimakasih sudah sama-sama membantu dari awal perkulihan sampai dengan berakhir sama-sama.
6. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan tahun 2018.
7. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores terimakasih sudah menjadi rumah kedua bagi saya dalam menuntun ilmu.

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati, penulis menghaturkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus dan para leluhur atas semua kasih dan karunia yang selalu menyertai penulis sejak masa perkuliahan sampai dengan selesai penulisan skripsi yang berjudul “**ANALISIS DAMPAK BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG (Studi Kasus Pada Koperasi Obor Mas)**” guna memenuhi salah satu persyaratan sarjana program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis diberi bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara material maupun moril, serta dorongan, nasihat, saran maupun kritik yang sangat membantu. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores dan Wakil Dekan Universitas Flores.
2. **Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM** selaku ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis dalam proses perkuliahan.
3. **Bapak Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM** dan **Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc** selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu peneiti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada **Kepala Koperasi Obor Mas Cabang Kabupaten Ende** serta **Seluruh Staf** yang telah rela menerima dan meluangkan waktu untuk penulis meneliti di Kantor Koperasi Obor Mas Cabang Ende.

5. **Kedua orang tua**, yang selalu memberikan doa, dukungan serta motivasi tanpa henti sepanjang perjalanan akademik ini.
6. **Teman-teman seperjuangan**, yang selalu memberikan semangat, bantuan dan kerja sama selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan Skripsi ini. Untuk itu Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak guna memperbaiki Skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa atau mahasiswi dan pembaca.

Ende, April 2025

Penulis

ABSTRAK

DUNSKOTUS GERU. NIM. 2018410220. ANALISIS DAMPAK BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG (STUDI KASUS PADA KOPERASI OBOR MAS). 2025. SKRIPSI. PROGRAM STUDI MANAJEMEN, FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS FLORES

Pembimbing I. Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM

Pembimbing II. Lambertus Langga, SE.,M.Sc

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan produk terhadap keputusan nasabah untuk menabung di ksp kopdit obor mas. 2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap keputusan nasabah untuk menabung di ksp kopdit obor mas. 3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung di ksp kopdit obor mas 4 . Untuk mengetahui pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan nasabah untuk menabung di ksp kopdit obor mas.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif klausul. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder dengan jumlah populasi nasabah tahun 2018 yakni sebanyak 362 nasabah. Pengambilan sampel menggunakan Probability sampling dengan teknik pengumpulan Simple Random Sampling. Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang menabung di KSP Kopdit Obormas Cabang Ende.

Hasil Penelitian dengan menggunakan Analisis Uji Regresi berganda menunjukkan : 1. Variabel Keputusan Menabung dilihat dari nilai thitung sebesar 2,011. Artinya thitung lebih besar dari t tabel ($2,011 > 1,98525$) dan nilai signifikan $0,047 < 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel Produk terhadap Keputusan Menabung Pada Koperasi Obor Mas Kabupaten Ende. 2. Variabel Harga dilihat dari nilai thitung sebesar 7,112. Artinya thitung lebih besar dari t tabel ($7,112 > 1,98525$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat di simpulkan terdapat pengaruh variabel Harga terhadap Keputusan Menabung Pada Koperasi Obor Mas Kabupaten Ende. 3. Variabel Promosi dilihat dari nilai thitung sebesar 2,039. Artinya thitung lebih besar dari t tabel ($2,039 > 1,98525$) dan nilai signifikan $0,044 < 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Pada Koperasi Obor Mas Kabupaten Ende. 4. variabel Lokasi dilihat dari nilai thitung sebesar 3,550. Artinya thitung lebih besar dari t tabel ($3,550 > 1,98525$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa variabel Lokasi terhadap Keputusan Menabung Pada Koperasi Obor Mas Kabupaten Ende.

Kata Kunci : Keputusan Menabung, Harga, Promosi, Lokasi, dan Koperasi Obor Mas.

ABSTRACT

DUNSKOTUS GERU. NIM. 2018410220. ANALYSIS OF THE IMPACT OF MARKETING MIX ON THE DECISION TO SAVING (CASE STUDY AT OBOR MAS COOPERATIVE). 2025. THESIS. MANAGEMENT STUDY PROGRAM, FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY OF FLORES

Supervisor I. Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM

Supervisor II. Lambertus Langga, SE.,M.Sc

The objectives of this study are: 1. To determine the significant effect of products on customer decisions to save at KSP Kopdit Obor Mas. 2. To determine the significant effect of prices on customer decisions to save at KSP Kopdit Obor Mas. 3. To determine the significant effect of location on customer decisions to save at KSP Kopdit Obor Mas 4 . To determine the significant effect of promotion on customer decisions to save at KSP Kopdit Obor Mas.

This study uses a quantitative research method with an associative clause approach. The data source uses primary data and secondary data with a customer population of 362 customers in 2018. Sampling uses Probability sampling with a Simple Random Sampling collection technique. So that the sample in this study was 100 respondents who saved at KSP Kopdit Obormas Ende Branch.

The results of the study using Multiple Regression Test Analysis show: 1. The Saving Decision Variable is seen from the t-count value of 2.011. This means that t-count is greater than t-table ($2.011 > 1.98525$) and a significant value of $0.047 < 0.05$, so there is an influence of the Product variable on the Saving Decision at the Obor Mas Cooperative, Ende Regency. 2. The Price Variable is seen from the t-count value of 7.112. This means that t count is greater than t table ($7.112 > 1.98525$) and the significant value is $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that there is an influence of the Price variable on the Decision to Save at the Obor Mas Cooperative, Ende Regency. 3. The Promotion variable is seen from the t count value of 2.039. This means that t count is greater than t table ($2.039 > 1.98525$) and the significant value is $0.044 < 0.05$, so it can be concluded that Promotion has an effect on the Decision to Save at the Obor Mas Cooperative, Ende Regency. 4. The Location variable is seen from the t count value of 3.550. This means that t count is greater than t table ($3.550 > 1.98525$) and the significant value is $0.001 < 0.05$, so it can be concluded that the Location variable has an effect on the Decision to Save at the Obor Mas Cooperative, Ende Regency.

Keywords: Saving Decision, Price, Promotion, Location, and Obor Mas Cooperative.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori	15
2.2.1 Teori Perilaku Konsumen	18
2.2.2 Definisi Perilaku Konsumen	20
2.2.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	22
2.3 Pengertian Koperasi	23

2.3.1 Prinsip Koperasi	24
2.3.2 Fungsi dan Peran Koperasi	27
2.3.3 Keanggotaan dan Partisipasi Anggota Koperasi	29
2.3.4 Permodalan Koperasi	29
2.3.5 Jenis Koperasi	32
2.4 Bauran Promosi	33
2.4.1 Definisi Bauran Promosi	33
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi	35
2.4.3. Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi	37
2.4.5 Bauran Pemasaran	39
2.5 Produk	41
2.5.1 Pengertian Produk	41
2.5.2 Klasifikasi Produk	42
2.6 Penelitian Terdahulu	45
2.7 Kerangka berpikir	46
2.8 Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel	48
3.2 Sumber Data	48
3.3 Devenisis Variabel	48
3.4 Metode Analisa	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian	52

4.2 Deskripsi Uji Instrumen Penelitian	55
4.2.1 Uji Validitas	55
4.2.2 Uji Reliabilitas	57
4.3 Uji Asumsi Klasik	59
4.3.1 Uji Normalitas	59
4.3.2 Uji Multikolinieritas	60
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.4 Uji Hipotesis	61
4.5 Hasil Dan Pembahasan	65
4.5.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan menabung di KSP KOPDIT Obor Mas	65
4.5.2 Pengaruh harga Terhadap Keputusan menabung di KSP KOPDIT Obor Mas	65
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan menabung di KSP KOPDIT Obor Mas	66
4.5.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan menabung di KSP KOPDIT Obor Mas	66
BAB V KESIMPILAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4.1 Uji Validitas	55
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.3 Uji Normalitas Data	59
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.5 Uji Heteroskedasitas	61
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Dampak Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Koperasi Obor Mas	62
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi R^2	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Jumlah Anggota Tahun 2017 – 2021	2
Gambar 1.2 sosialisasi RAT	5
Gambar 1.3 Pelayanan Kas Keliling	6
Gambar 1.4 Tahapan Proses Pembelian	12
Gambar 2.1 Tahapan Awal Pembelian	18
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	40
Gambar 2.3 Kerangka Pikir	46
Gambar 4.1 Logo Organisasi Kopdit Obor Mas	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kopdit Obor Mas Kanca Utama Ende	53