



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KARTU KREDIT BANK OCBC NISP**

SKRIPSI

SAFITRI

1515.1111.739

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KARTU KREDIT BANK OCBC NISP**

SKRIPSI

SAFITRI

1515.1111.739

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

LEMBAR PERSetujuan SKRIPSI

Nama

Safitri

NIM

1515.1111.739

Program Studi

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri

Judul Skripsi

dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk

telah saya nyatakan dengan benar

Jakarta, Agustus 2019



Safitri

1515.1111.739

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Safitri
NIM : 1515.1111.739
Program Studi : Manajemen Marketing
Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk dan Promosi
Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Kartu
Kredit Bank OCBC NISP.

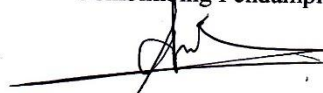
Jakarta, Agustus 2019

Pembimbing Utama



(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

Pembimbing Pendamping



(Drs. Nimrod Aprix, M.COMM)

Mengetahui,

Puket I Bidang Akademik STIE JIC



(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi diselenggarakan : 5 September 2019

TIM PENGUJI

	Nama	TTD
Ketua	: <u>Dr. Evi Susanti, SE., MM</u>	
Anggota	: 1. <u>Dr. Evi Susanti, SE., MM</u>	
	2. <u>Zuliana Lubis, SE., MM</u>	
	3. <u>Drs. Nimrod Aprix, M. Comm</u>	
	4. <u>Dns. H. Arjuna W, MM</u>	

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, yang karena-Nya, penulis diberikan kekuatan dan kesabaran untuk menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Kredit Bank OCBC NISP”.

Adapun pengajuan skripsi ini ditujukan sebagai pemenuhan beberapa ketentuan kelulusan jenjang perkuliahan Strata I STIE Jakarta International College. Lewat penyusunan skripsi ini tentunya penulis sadar akan banyak ditemukan kekurangan pada laporan ini.

Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini :

1. Dr. Ir. Agus Susanto, MM, Ketua STIE Jakarta International College.
2. Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, Puket I dan PLT Kaprodi Manajemen STIE JIC selaku pembimbing utama dalam proposal skripsi.
3. Drs. Nimrod Aprix, M.COMM, sebagai selaku Pembimbing pendamping.
4. Dosen-dosen dan staff STIE Jakarta International College.
5. Untuk PT. Bank OCBC NISP, Tbk Cabang Gunung Sahari yang telah memberikan izin serta banyak membantu penulis dalam penelitiannya.

6. Sahabat-sahabat dan orang istimewa di hidup penulis yang telah memberikan semangat, dukungan serta masukan dikala penulis putus semangat dalam mengerjakan proposal skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa/I angkatan 2015 khususnya program studi Manajemen Marketing , telah menjadi teman seperjuangan dan terus selalu membantu semangat untuk skripsi ini.

Terutama penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada kedua orang tua tercinta yang sudah memberikan doa tulusnya, semangat yang tidak ada hentinya , dukungan agar penulis cepat menyelesaikan skripsi ini, dan bangga telah terlahir dari keluarga yang mensupport pendidikan .

Terakhir, penulis berharap semoga setiap bantuan yang telah diberikan segenap pihak dapat menjadi sumber kebaikan. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi kemajuan dunia pendidikan.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis



Safitri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPERNTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademis STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Safitri
NIM : 1515.1111.739
Program Studi : Manajemen Marketing
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi yang berjudul :

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
KREDIT BANK OCBC NISP**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta , Agustus 2019



Safitri

1515.1111.739

ABSTRAKSI

Safitri , 15151111739, *Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian kartu kredit Bank OCBC NISP Gunung Sahari* 131 halaman, 51 tabel, 11 gambar , Jakarta 2019.

Penelitian ini membahas pengaruh variasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian kartu kredit bank OCBC NISP. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan dan besarnya pengaruh variasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian kartu kredit bank OCBC NISP Cabang Gunung Sahari, Jakarta Pusat.

Penelitian ini dilakukan di Penelitian dilaksanakan pada bank PT. OCBC NISP , Tbk kantor cabang Gunung Sahari yang berlokasi di jalan Gunung Sahari VII No.36 Gunung Sahari Jakarta Pusat DKI Jakarta 10720. Waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari-Juli 2019. Metode penelitian melalui metode kepustakaan dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa buku-buku, dokumen, internet, dan jurnal yang digunakan sebagai landasan teori dan metode lapangan yaitu mengumpulkan informasi dan data yang aktual dari objek penelitian melalui observasi atau wawancara serta riset langsung terhadap nasabah dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah. Setelah data terkumpul , maka dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan SPSS versi 25 yaitu persamaan garis regresi : $\hat{Y} = 16,458 + 0,441 X_1 + 0,409 X_2$. Hasil koefisien korelasi (r) = 0,482 yang mana artinya terdapat hubungan yang sedang antara variasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian, maka dapat dikatakan bahwa variasi produk dan promosi penjualan yang dilakukan pada produk kartu kredit bank OCBC NISP mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi serta analisis pengaruh variasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian secara simultan didapat $KD = 23,2\%$ yang berarti variasi produk dan promosi penjualan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 23,2% selebihnya dipengaruhi sebesar 76,8 % diperkirakan dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti promo, merchand, kualitas produk , brand awerness , kemudahan bertransaksi , keamanan sistem, citra merek dan sebagainya. Dengan menggunakan uji T , maka diperoleh t hitung sebesar 2,121 (X_1) dan 3,585 (X_2) berdasarkan t tabel diperoleh 1,67412, sehingga T hitung lebih besar dari T tabel, maka diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara variasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.

Daftar acuan : 9 buku (2008-2013) , 10 jurnal , 6 sumber internet. Pembimbing: Arjuna Wiwaha dan Nimrod Aprix.

Kata kunci : variasi produk , promosi penjualan , keputusan pembelian dan kartu kredit.

ABSTRACTION

Safitri , 15151111739 . The Effect of Product Variation and Sales Promotion on Purchasing Decisions of Bank OCBC NISP Gunung Sahari credit cards 131 pages, 51 tables , 11 pictures, Jakarta 2019.

This study discusses the effect of product variations and sales promotions on OCBC NISP bank credit card purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the relationship and the magnitude of the effect of product variations and sales promotions on the purchase decision of OCBC NISP bank credit cards in Gunung Sahari Branch, Central Jakarta.

This research was conducted in Research carried out at the bank PT. OCBC NISP, Tbk Gunung Sahari branch office located on Gunung Sahari VII No.36 Gunung Sahari street Central Jakarta , DKI Jakarta 10720. When this research was conducted from February-July 2019. Method research through the literature method by study written material in the form of books , document , internet , and journals that are used as the basis of theory and field methods, namely gathering actual information and data from research objects through observation or interviews and direct research on customers by distributing questionnaires to customers. After the data is collected , a quantitative analysis using SPSS ves 25 is carried out, namely the regression line equation : $\hat{Y} = 16,458 + 0,441 X_1 + 0,409 X_2$. The results of the correlation coefficient (r) = 0,482 which means that there is a strong relationship between product variations and sales promotions on purchasing decisions, it can be said that product variations and sales promotions made on OCBC NISP bank credit card product have a very strong influence on decisions purchase. The result of the coefficient of determination and analysis of the influence of product variations and sales promotions on purchasing decisions simultaneously obtained $KD = 23,2\%$, which mean product variations nad sales promotions affect purchasing decisions by 23,2% while the rest isinflunced by 76,8% estimated influenced by other factors outside of this research such as promos , merchandises , product quality , brand awareness , ease for transaction, system security, brand image and so on. By using the T test , T counts were obtained for 2,121 (X_1) and 3,585 (X_2) based on T tables obtained 1,67412, so T counts were greater than T tables , meaning that H_0 was rejected and H_a was accepted. It can be concluded that there is a positive and significant relationship between product variations and sales promotions on purchasing decisions.

Reference list : 9 books (2008 – 2013) , 10 journals , 6 internet sources .
Mentor : Arjuna Wiwaha dan Nimrod Aprix.

Keywords : Product variations , Sales promotions , Purchasing decisions and Credit card

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	10
C. Perumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
 BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis.....	13
1. Variasi Produk.....	13
2. Promosi Penjualan.....	17
3. Keputusan Pembelian.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis.....	28
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
B. Metode Penelitian.....	29

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
D. Jenis dan Sumber Data.....	32
E. Definisi Operasional Variabel.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	41
 BAB IV	
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	53
B. Struktur Organisasi.....	57
C. Kegiatan Usaha.....	71
D. Gambaran Keberhasilan dan Gambaran Usaha.....	74
 BAB V	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data Penelitian.....	80
B. Pengolahan Data.....	98
C. Pengujian Hipotesis.....	100
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	120
 BAB VI	
KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	124
B. Keterbatasan.....	125
C. Saran	125
 DAFTAR PUSTAKA.....	126
 LAMPIRAN.....	

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Penetrasi kartu kredit di ASIA Tenggara.....	2
Gambar 1.2 Promo OCBC NISP.....	8
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank OCBC NISP.....	57
Gambar 4.2 Produk dan Layanan Bank OCBC NISP.....	74
Gambar 5.1 Uji Normalitas dengan Histogram.....	101
Gambar 5.2 Grafik Normal dengan P-Plot.....	102
Gambar 5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	105
Gambar 5.4 Grafik Regresi Linier X_1 terhadap Y.....	107
Gambar 5.5 Grafik Regresi Linier X_2 terhadap Y.....	109
Gambar 5.6 Grafik Uji Statistik T X_1 terhadap Y.....	117
Gambar 5.7 Grafik Uji Statistik T X_2 terhadap Y.....	118

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1 Indikator dan Ukuran Variasi Produk	34
Tabel 3.2 Indikator dan Ukuran Promosi Penjualan.....	34
Tabel 3.3 Indikator dan Ukuran Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 3.4 Uji Validitas Variasi Produk (X_1).....	38
Tabel 3.5 Uji Validitas Promosi Penjualan (X_2).....	39
Tabel 3.6 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	39
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variasi Produk (X_1)	41
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Promosi Penjualan (X_2).....	41
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 3.10 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 5.1 Tanggapan Pernyataan X_1 1.....	80
Tabel 5.2 Tanggapan Pernyataan X_1 2.....	81
Tabel 5.3 Tanggapan Pernyataan X_1 3.....	81
Tabel 5.4 Tanggapan Pernyataan X_1 4.....	82
Tabel 5.5 Tanggapan Pernyataan X_1 5.....	82
Tabel 5.6 Tanggapan Pernyataan X_2 6.....	83
Tabel 5.7 Tanggapan Pernyataan X_2 1.....	84
Tabel 5.8 Tanggapan Pernyataan X_2 2.....	84
Tabel 5.9 Tanggapan Pernyataan X_2 3.....	85
Tabel 5.10 Tanggapan Pernyataan X_2 4.....	86
Tabel 5.11 Tanggapan Pernyataan X_2 5.....	86
Tabel 5.12 Tanggapan Pernyataan X_2 6.....	87
Tabel 5.13 Tanggapan Pernyataan X_2 7.....	87

Tabel 5.14 Tanggapan Pernyataan X_2 8.....	88
Tabel 5.15 Tanggapan Pernyataan X_2 9.....	89
Tabel 5.16 Tanggapan Pernyataan X_2 10.....	89
Tabel 5.17 Tanggapan Pernyataan X_2 11.....	90
Tabel 5.18 Tanggapan Pernyataan X_2 12.....	91
Tabel 5.19 Tanggapan Pernyataan Y1.....	92
Tabel 5.20 Tanggapan Pernyataan Y 2.....	92
Tabel 5.21 Tanggapan Pernyataan Y 3.....	93
Tabel 5.22 Tanggapan Pernyataan Y 4.....	93
Tabel 5.23 Tanggapan Pernyataan Y 5.....	94
Tabel 5.24 Tanggapan Pernyataan Y 6.....	94
Tabel 5.25 Tanggapan Pernyataan Y 7.....	95
Tabel 5.26 Tanggapan Pernyataan Y 8.....	95
Tabel 5.27 Tanggapan Pernyataan Y 9.....	96
Tabel 5.28 Tanggapan Pernyataan Y 10.....	96
Tabel 5.29 Tanggapan Pernyataan Y 11.....	97
Tabel 5.30 Tanggapan Pernyataan Y 12.....	97
Tabel 5.31 Jenis Kelamin Responden.....	98
Tabel 5.32 Usia Responden.....	99
Tabel 5.33 Pekerjaan Responden.....	99
Tabel 5.34 Penghasilan Responden	100
Tabel 5.35 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolomogorov-Svirnov (KS)...	103
Tabel 5.36 Uji Multikolonieritas	104
Tabel 5.37 Uji Regresi Linier Sederhana X_1 terhadap Y.....	106
Tabel 5.38 Uji Regresi Linier Sederhana X_2 terhadap Y.....	108
Tabel 5.39 Koefisien Regresi Linier Berganda.....	110

Tabel 5.40 Koefisien Regresi Sederhana X_1 terhadap Y	111
Tabel 5.41 Koefisien Regresi Sederhana X_2 terhadap Y	112
Tabel 5.42 Koefisien Korelasi Berganda.....	113
Tabel 5.43 Uji Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y	114
Tabel 5.44 Uji Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y	114
Tabel 5.45 Uji Koefisien Determinasi $X_1 X_2$ terhadap Y	115
Tabel 5.46 Uji Statistik T X_1 terhadap Y	116
Tabel 5.47 Uji Statistik T X_2 terhadap Y	117
Tabel 5.48 Uji F (Uji Simultan).....	119