

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
TINGKAT PENJUALAN PRODUK KARTU KREDIT PADA  
PT.AUSTRALIA NEW ZELAND (ANZ) PANIN BANK  
MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh :**

**ERICKSON  
NIM : 08 832 0080**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
M E D A N**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA 2012**

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Produk Kartu Kredit Pada PT.Australia New Zeland (ANZ) Panin Bank Medan

Nama Mahasiswa : ERICKSON

No. Stambuk : 08 832 0080

Jurusan : Manajemen

Menyetujui :


Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



(Drs. H. A. Azis Hasan, MM)

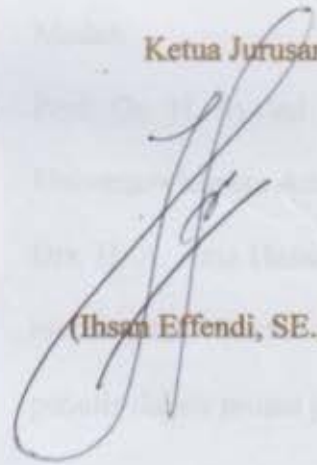


(Dra. Isnaniah, LKS, MMA)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Dekan



(Ihsan Effendi, SE.,M.Si)



(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE.,M.Ec)

Tanggal Lulus :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

## RINGKASAN

**ERICKSON “ ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN PRODUK KARTU KREDIT PADA PT. AUSTRALIAN NEW ZEALAND (ANZ) PANIN BANK MEDAN”.** Dibawah bimbingan ( Drs.H.A.Aziz Hasan, MM, sebagai pembimbing I, dan Dra. Isnaniah, LKS, MMA, sebagai pembimbing II).

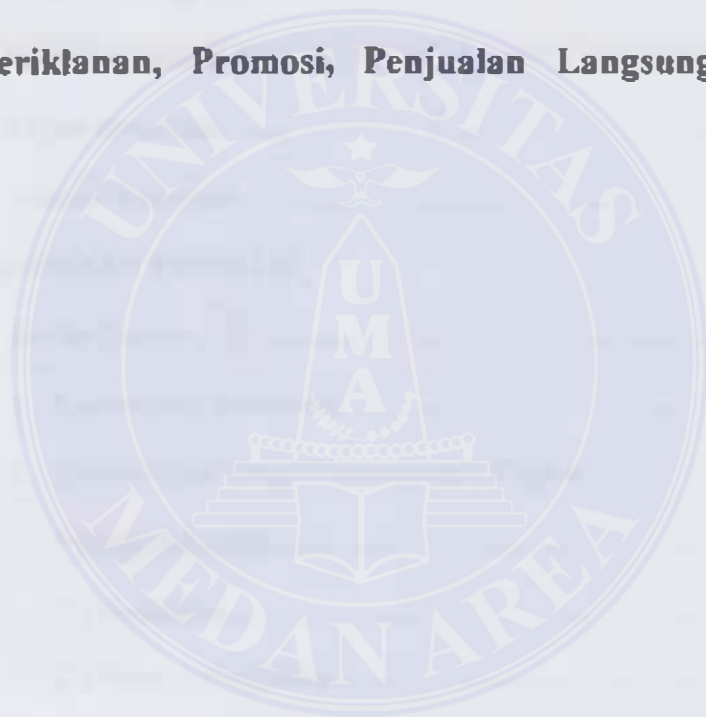
Didalam penulisan ini, masalah yang dihadapi adalah apakah Periklanan, Promosi, dan Penjualan Langsung berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan produk kartu kredit pada PT. ANZ Panin Bank Medan?

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Periklanan, Promosi, dan Penjualan Langsung terhadap tingkat penjualan produk kartu kredit pada PT. ANZ Panin Bank Medan. Jenis penelitian ini bersifat asosiatif, artinya ada keterkaitan antara Periklanan, Promosi, dan Penjualan Langsung terhadap penggunaan kartu kredit oleh konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan kartu kredit ANZ. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang diambil secara simple random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS 15.00 for windows.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : Hasil Regresi =  $Y = 9,882 + 0,369 X_1 + 0,381 X_2 + 0,368 X_3$ . Artinya: Variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel Periklanan (0,369), variabel Promosi (0,381), dan variabel Penjualan Langsung (0,368). Hasil uji t membuktikan bahwa dari semua variabel independen (periklanan, promosi, dan penjualan langsung)

yang mempunyai pengaruh lebih positif terhadap variabel dependen (tingkat penjualan) kartu kredit ANZ Bank adalah variabel Penjualan Langsung. Sedangkan variabel Periklanan dan Promosi berpengaruh tetapi tidak lebih dari Penjualan Langsung terhadap tingkat penjualan kartu kredit ANZ Bank Medan. Koefisien Determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) yang diperoleh sebesar 57,8%. Artinya sebesar 57,8% factor yang mempengaruhi tingkat penjualan kartu kredit Bank ANZ dapat dijelaskan oleh variabel Periklanan, Promosi, dan Penjualan Langsung. Sedangkan sisanya sebesar 42,2% dijelaskan oleh variabel lain.

**Kata kunci : Periklanan, Promosi, Penjualan Langsung, dan Tingkat Penjualan**



## KATAPENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Produk Kartu Kredit Pada PT. Australian New Zealand (ANZ) Panin Bank Medan” pada akhirnya dapat terselesaikan.

Skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Skripsi ini merupakan hasil penelitian lapangan yang dituangkan dalam bentuk karya ilmiah yang terdiri dari lima bab yaitu: Pendahuluan, Landasan Teoritis, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan serta Penutup yang berisi Kesimpulan dan Saran.

Terselesainya skripsi ini tidak mungkin tanpa berkat Tuhan Yang Maha Esa dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan diiringi rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. A. Ya'kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area Medan.
2. Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.
3. Drs. H. A. Aziz Hasan, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi.

4. Dra. Isnaniah LKS. MMA selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.
6. Pimpinan dan seluruh staff PT. ANZ Panin Bank Medan yang telah memberikan kesempatan saya untuk melakukan penelitian ini.
7. Seluruh responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
8. Ayah, Ibu, adik, kakak, dan abang tercinta yang telah mencurahkan kasih sayang dengan tiada henti mendoakan, memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan studi serta penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman terdekat (edi, pamade, boy shandy, tiroy, pardamean, Edward, indra, andre, kiki, halimah, icem, ade, ani, devi, dll) yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penyelesaian studi dan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan kepada semua pihak yang telah disebutkan diatas.

Medan, Mei 2012

ERICKSON

# DAFTAR ISI

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....           | i  |
| <b>RINGKASAN</b> .....               | ii |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....          | iv |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....              | vi |
| <b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR</b> ..... | ix |

Halaman

## **BAB I PENDAHULUAN**

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Perumusan Masalah.....      | 3 |
| C. Tujuan Penelitian.....      | 3 |
| D. Manfaat Penelitian.....     | 3 |

## **BAB II LANDASAN TEORITIS**

|   |    |
|---|----|
| A. Uraian Teoritis.....   | 5  |
| 1. Komunikasi Pemasaran.....  | 5  |
| 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat<br>Penjualan Produk.....         | 7  |
| 2.1 Periklanan.....   | 7  |
| 2.2 Promosi Penjualan.....  | 7  |
| 2.3 Publisitas.....   | 8  |
| 2.4 Personal Selling.....   | 8  |
| 3. Konsumen & Perilaku Konsumen.....  | 9  |
| 4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penjualan<br>Produk.....       | 9  |
| 5. Hubungan Antara Komunikasi Pemasaran Dengan Keputusan<br>Penjualan ..... | 10 |



|  |    |
|--|----|
| 6. Bank.....                           | 10 |
| a. Pengertian Bank.....                | 10 |
| b. Jenis Bank.....                     | 11 |
| c. Fungsi dan Kegiatan Bank.....       | 12 |
| 7. Kredit.....                         | 13 |
| a. Pengertian Kredit.....              | 13 |
| b. Tujuan Kredit.....                  | 13 |
| c. Fungsi Kredit.....                  | 15 |
| d. Unsur Kredit.....                   | 16 |
| e. Prinsip Pemberian Kredit.....       | 16 |
| f. Aspek Penilaian Kredit.....         | 18 |
| g. Pengawasan Kredit.....              | 19 |
| h. Resiko Kredit.....                  | 21 |
| B. Kerangka Konseptual.....            | 23 |
| C. Hipotesis.....                      | 24 |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>   |    |
| A. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....    | 25 |
| B. Populasi Dan Sampel.....            | 26 |
| C. Definisi Operasional Variabel.....  | 26 |
| D. Pengukuran Variabel.....            | 28 |
| E. Jenis dan Sumber Data.....          | 29 |
| F. Teknik Pengumpulan Data.....        | 30 |
| G. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 30 |
| H. Teknik Analisis Data.....           | 32 |



## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>A. Hasil Penelitian.....</b>           | <b>35</b> |
| <b>B. Pembahasan Penelitian .....</b>     | <b>44</b> |
| 1. Analisis Deskriptif Responden .....    | 44        |
| 2. Tabulasi Jawaban Responden .....       | 46        |
| 3. Uji Validitas dan Reabilitas .....     | 52        |
| 4. Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 54        |
| 5. Pengujian Hipotesis .....              | 56        |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>A. Kesimpulan .....</b> | <b>60</b> |
| <b>B. Saran .....</b>      | <b>61</b> |



## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

### DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 3.1  | Rincian Waktu Penelitian.....                           | 25 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 44 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....          | 45 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....     | 46 |
| Tabel 4.4  | Jawaban Responden Terhadap Periklanan .....             | 46 |
| Tabel 4.5  | Jawaban Responden Terhadap Promosi .....                | 48 |
| Tabel 4.6  | Jawaban Responden Terhadap Penjualan Langsung .....     | 49 |
| Tabel 4.7  | Jawaban Responden Terhadap Tingkat Penjualan .....      | 51 |
| Tabel 4.8  | Hasil Uji Validitas .....                               | 53 |
| Tabel 4.9  | Pengujian Reliabilitas .....                            | 54 |
| Tabel 4.10 | Analisis Regresi Linier Berganda .....                  | 55 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji f .....                                       | 56 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji t .....                                       | 57 |
| Tabel 4.13 | Koefisien Determinasi .....                             | 59 |

### DAFTAR GAMBAR

|            |                           |    |
|------------|---------------------------|----|
| Gambar 4.1 | Kerangka Konseptual ..... | 24 |
| Gambar 4.2 | Struktur Organisasi ..... | 39 |

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Meningkatkan taraf hidup rakyat banyak merupakan tujuan pembangunan yang sedang dilaksanakan oleh pemerintah, terutama di bidang ekonomi. Berkembangnya kegiatan ekonomi ini tentu membutuhkan sumber dana. Salah satu sumber dana yang dibutuhkan dalam pengembangan kegiatan ekonomi tersebut adalah kredit yang diberikan oleh lembaga keuangan. Sejalan dengan perkembangan jaman, penyaluran kredit melalui lembaga keuangan kepada masyarakat atau nasabah dapat berupa kartu kredit.

Lembaga perbankan merupakan bagian dari lembaga keuangan yang mempunyai peranan strategis dalam perekonomian, bahkan dapat dikatakan sebagai urat nadi perekonomian. Semakin maju suatu negara semakin besar peranan perbankan dalam kegiatan ekonomi negara tersebut.

Menurut Undang-Undang RI No.10 tahun 1998 tentang perbankan menyatakan bahwa bank bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Tujuan ini terkait erat dengan fungsi bank sebagai lembaga perantara (*intermediasi*) dalam memobilisasi dana dari masyarakat yang kelebihan dana kepada masyarakat yang kekurangan dana atau proses pengalihan dari penabung kepada pihak peminjam.

Bank menyalurkan kredit dengan memanfaatkan dana masyarakat yang berhasil dihimpun olehnya. Dan untuk memperoleh kredit dari bank kita harus memenuhi beberapa prosedur yang ditetapkan oleh bank antara lain seperti urusan administrasi, barang atau surat berharga yang dapat dijadikan jaminan bagi pihak bank, studi kelayakan usaha milik kita yang akan dilakukan oleh pihak bank dan beberapa prosedur lain tergantung masing-masing bank yang menyediakan fasilitas kredit tersebut.

Pada umumnya untuk memperoleh kredit dari bank membutuhkan kesabaran dari para nasabah yang mengajukan permohonan kredit. Hal ini disebabkan oleh karena biasanya untuk permohonan kredit harus melalui birokrasi yang berbelit-belit. Oleh karena itu terkadang nasabah kurang berminat terhadap kredit yang ditawarkan bank kalau tidak benar-benar memerlukan dana untuk melanjutkan atau mengembangkan usahanya.

Sebagai sebuah institusi, PT. ANZ Panin Bank Medan berfungsi sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kartu kredit. Oleh karena itu kartu kredit menjadi salah satu kegiatan utama PT. ANZ Panin Bank Medan dalam kegiatan operasional untuk memperoleh laba. Adapun penjualan kartu kredit tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti promosi produk, harga produk dan cara pemasaran dari kartu kredit PT. ANZ Panin Bank Medan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis ingin mengangkat skripsi dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Produk Kartu Kredit Pada PT. ANZ Panin Bank Medan".

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Azis Hasan, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Bali Scane, Medan.
- Fandy Tjiptono, 2002, *Strategi Pemasaran*, Andy Offset, Yogyakarta.
- Ghozali Imam, 2003, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, 2004, *Management*, (Terjemahan Gina Gania), Erlangga, Jakarta.
- Gujarati, Damodar, 2003, *Basic Econometrics*, McGrawhill, New York.
- Khasmir, 2005, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Keenam, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Marketing Manogement*, (terjemahan Hendra Teguh), Edisi Millenium, Jilid 1. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Setiadi, Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen*, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Subash C.Jain, 2001, *Marketing Manogement International*, (Terjemahan Imam Nurnawan), Erlangga, Jakarta.
- Thomson, 2001, *Marketing*, (Terjemahan David Octarevia), PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi V. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- James R.Taylor, 1992, *Marketing Risset*, (Terjemahan Yohanes Lamario), PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Tjoekam, Muhammad. 1999, *Perkreditan Bisnis Inti Bank Komersial (Konsep Teknik dan Kasus)*, PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.

## KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN PRODUK KARTU KREDIT PADA PT. ANZ PANIN BANK MEDAN". Untuk itu saya harapkan kesediaan bapak/ibu untuk berpartisipasi dalam memberikan jawaban untuk terselesainya penelitian ini. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

ERICKSON

### IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Jabatan :

Tingkat Pendidikan :

### PETUNJUK PENGISIAN

1. Pada lembaran ini terdapat beberapa pertanyaan yang harus bapak/ibu tanggapin.
2. Berilah tanda ceklist (√) pada jawaban yang anda anggap benar pada kolom yang tersedia.
3. Ada 5 alternatif jawaban yaitu:
  1. Sangat Setuju (SS)
  2. Setuju (S)
  3. Kurang Setuju (KS)
  4. Tidak Setuju (TS)
  5. Sangat Tidak Setuju (STS)

### 1. PENGARUH TINGKAT PENJUALAN DARI PERIKLANAN

| No. | Pertanyaan   | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|--|----|---|----|----|-----|
| 1.  | Periklanan telah memberikan kesan yang positif dan menarik agar anda mau memakai kartu kredit. |    |   |    |    |     |
| 2.  | Iklan kartu kredit memberikan hasil yang jelas, singkat dan mudah di mengerti oleh anda.       |    |   |    |    |     |
| 3.  | Perusahaan telah menghasilkan produk kartu kredit yang menguntungkan bagi anda.                |    |   |    |    |     |
| 4.  | Iklan telah mengajarkan kepada anda bagaimana cara memakai produk kartu kredit.                |    |   |    |    |     |

### 2. PENGARUH TINGKAT PENJUALAN DARI PROMOSI

| No. | Pertanyaan  | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|---|----|---|----|----|-----|
| 1.  | Promosi dapat meyakinkan anda terhadap produk dan jasa kartu kredit yang dihasilkan perusahaan. |    |   |    |    |     |
| 2.  | Komunikasi dalam promosi memberitahukan produk apa yang dihasilkan yang dapat anda gunakan.     |    |   |    |    |     |
| 3.  | Promosi produk kartu kredit cukup jelas sehingga menarik perhatian anda untuk menggunakannya.   |    |   |    |    |     |
| 4.  | Media dalam promosi cukup banyak diberikan penjelasan bagi anda.                                |    |   |    |    |     |

### 3. PENGARUH TINGKAT PENJUALAN DARI PENJUALAN LANGSUNG

| No. | Pertanyaan  | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|---|----|---|----|----|-----|
| 1.  | Dapat mempengaruhi sikap dari anda, sehingga anda mau menggunakan produk kartu kredit.      |    |   |    |    |     |
| 2.  | Bisa menjelaskan jalan keluar bila anda mempunyai kesulitan dalam menggunakan kartu kredit. |    |   |    |    |     |
| 3.  | Melakukan hubungan langsung kepada anda dalam komunikasi kartu kredit.                      |    |   |    |    |     |
| 4.  | Telah meyakinkan anda atas produk kartu kredit yang dijual untuk dapat anda gunakan.        |    |   |    |    |     |

**4. PENGARUH TINGKAT PENJUALAN TERHADAP PERIKLANAN, PROMOSI, DAN PENJUALAN LANGSUNG**

| No. | Pertanyaan   | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|--|----|---|----|----|-----|
| 1.  | Periklanan mempengaruhi sikap anda dalam menggunakan kartu kredit ANZ.           |    |   |    |    |     |
| 2.  | Promosi mempengaruhi sikap anda dalam menggunakan kartu kredit ANZ.              |    |   |    |    |     |
| 3.  | Penjualan langsung mempengaruhi sikap anda dalam menggunakan kartu kredit ANZ.   |    |   |    |    |     |
| 4.  | Keadaan ekonomi anda dapat mempengaruhi anda dalam menggunakan kartu kredit ANZ. |    |   |    |    |     |