

Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	<i>Sumbalangi</i>
Tanggal :	<i>16/01/13</i>
No. Reg. :	1. <i>T12131053</i>
	2. <i>m 5113 06A</i>



MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS JASA DAN BAURAN  
PROMOSI TERHADAP CITRA PERUM PEGADAIAN  
KANWIL IX JAKARTA II**

**KARYA AKHIR**

**Oleh**

**TRINITARIA MARLIS PUTRI**

**NIM : 55109120060**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**2012**



**MERCU BUANA**

**PENGARUH KUALITAS JASA DAN BAURAN  
PROMOSI TERHADAP CITRA PERUM PEGADAIAN  
KANWIL IX JAKARTA II**

**KARYA AKHIR**

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN  
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**Oleh**

**TRINITARIA MARLIS PUTRI**

**NIM : 55109120060**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**2012**

## **ABSTRACT**

*This research is designed to measure the effects of service quality and promotional mix to the image of PERUM Pegadaian Kanwil IX Jakarta II. According to the record since year 2008 until 2011, the growth of accomplishment of PERUM Pegadaian seems to be decreased. The amount yet increased, but it is because the gold price is always growing significantly year by year and not because the amount of customers indeed. However, the image of PERUM Pegadaian in public eyes is not as good as the bank. Since the bank is also serve the mortgation, this is going to be a big warn to PERUM Pegadaian to improve their image.*

*This research took three offices, they are: Pegadaian Kelapa Gading, Mall of Indonesia (MOI) and Pasar Ciputat. The sampling method is stratified random sampling, means the respondents are the customers who came to PERUM Pegadaian to mortgage at least twice and we pick randomly from that criteria. The research used regression method, which is analyze both partial and simultaneous effects of the two independent variables: service quality ( $X_1$ ) and promotional mix ( $X_2$ ) to the dependent variable: image ( $Y$ ). This research used SPSS version 17 to processing the data.*

*The regression shows that the two independent variables: service quality ( $X_1$ ) and promotional mix ( $X_2$ ) has partial effects to the dependent variable. Promotional mix has bigger influence to the corporate image. And the simultaneous result shows that the two independent variables effects on dependent variable simultaneously.*

**Keywords: service quality, promotional mix, corporate image**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa dan bauran promosi terhadap citra PERUM Pegadaian Kanwil IX Jakarta II. Penelitian ini menunjukkan bahwa pada data tahun 2008-2011, terjadi kecenderungan penurunan pertumbuhan omzet PERUM Pegadaian Kanwil IX Jakarta II. Dari segi jumlah omzet memang selalu meningkat, namun dikhawatirkan peningkatan omzet terjadi karena kenaikan harga emas yang cukup signifikan dan bukan karena meningkatnya jumlah nasabah. Hal ini disinyalir sebagai permasalahan dalam penelitian ini. Nasabah masih enggan berhubungan dengan Pegadaian terkait masalah citra. Ditambah dengan bermunculannya gadai swasta yang dikelola oleh pihak perbankan, hal ini semakin patut diwaspadai.

Penelitian ini dilakukan di tiga kantor cabang PERUM Pegadaian, yaitu: Kelapa Gading, Mall of Indonesia (MOI) and Pasar Ciputat. Metoda sampling yang digunakan yaitu Stratified Random Sampling. Nasabah yang dijadikan responden yaitu nasabah gadai yang sekurang-kurangnya telah melakukan dua kali transaksi gadai. Penelitian ini menggunakan metoda regresi untuk melihat pengaruh kedua variabel bebas, yaitu kualitas jasa ( $X_1$ ) dan bauran promosi ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat yaitu citra ( $Y$ ) baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 17.

Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa kedua variabel bebas, yaitu kualitas jasa ( $X_1$ ) dan bauran promosi ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap citra ( $Y$ ). Bauran promosi memiliki pengaruh yang lebih besar. Hasil uji signifikansi F menunjukkan kedua variabel bebas juga mempengaruhi variabel terikat secara bersama-sama.

**Kata Kunci : Kualitas jasa, bauran promosi, citra perusahaan**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kualitas Jasa dan Bauran Promosi terhadap Citra PERUM Pegadaian Kanwil IX Jakarta II**

Bentuk Karya Akhir : **Penyelesaian Masalah/Pengambilan Keputusan**

Nama : **Trinitaria Marlis Putri**

Nomor Induk Mahasiswa : **55109120060**

Program : **Program Pasca Sarjana Program Magister Manajemen**

Tanggal : **13 Maret 2012**

### Mengesahkan

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**



**Dr. Rina Astini, SE, ME**

**Direktur Program Pasca**



**Prof. Dr. Didik. J Rachbini**

**Pembimbing Utama**



**Dr. Mudji Sabar, MBA**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA AKHIR**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

Judul : **Pengaruh Kualitas Jasa dan Bauran Promosi  
terhadap Citra PERUM Pegadaian Kanwil IX  
Jakarta II**

Bentuk Karya Akhir : **Penyelesaian Masalah / Pengambilan Keputusan**

Nama : **Trinitaria Marlis Putri**

Nomor Induk Mahasiswa : **55109120060**

Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Tanggal : **13 Maret 2012**

Karya Akhir ini merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya, dan dapat diperiksa kebenarannya.

**Jakarta, 13 Maret 2012**

**Trinitaria Marlis Putri**

**NIM. 55109120060**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil 'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir dengan judul **Pengaruh Kualitas Jasa dan Bauran Promosi terhadap Citra PERUM Pegadaian Kanwil IX Jakarta II** dengan baik. Karya Akhir ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program pasca Sarjana (S2) pada Program Pasca Sarjana di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dalam penulisan Karya Akhir ini tentunya tidak lepas dari bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak sehingga Karya Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik, oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Rina Astini, SE, ME, Sebagai Ketua Program Studi Magister **Manajemen Universitas Mercu Buana**, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan Karya Akhir ini.
2. Bapak Dr. Mudji Sabar, SE, MBA, sebagai dosen pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membantu penyelesaian Karya Akhir ini.
3. Bapak Dr. Husein Umar dan Drs. Wawan Purwanto, SE, MM selaku dosen penguji sidang Karya Akhir
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas **Mercu Buana**.

5. Segenap karyawan Kantor Wilayah IX Jakarta II, terutama untuk **Bapak Samsuri, SE, Bapak Yoke, dan Mas Biyantoro.** serta rekan-rekan lainnya yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data guna menyelesaikan Karya Akhir ini.
6. **Kepala Cabang PERUM Pegadaian Kelapa Gading Bapak Rully Rusman, SE dan Manajer Operasional Cabang PERUM Pegadaian Kelapa Gading Ibu Rinayanti, SE** atas ilmu dan bimbingan yang diberikan kepada penulis.
7. Segenap karyawan **Cabang PERUM Pegadaian Kelapa Gading, Cabang Mall of Indonesia, Cabang Pasar Ciputat** terutama untuk **Ryan Tridantomo, Dhani Pradipta, Ryan Pratama, Sari Harum Melati, Nina Anggreni dan Siti Hawa Muhammad** atas kesediaannya membantu mendapatkan data primer penelitian melalui penyebaran kuesioner.
8. Ayahanda **Ir. Marlis, Ibunda Indra Yusti, Amd., dan adikku Anggoletomi Marlis Putra** dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan doa dan moral. **Bakti, sujud dan hormat ku selalu.**
9. Untuk **Hadie Bandarian Syah,** suamiku yang selalu mendampingi dan setia memotivasi.
10. Teman-teman satu angkatan di Program Pasca Sarjana, mas Wawan, Anis, Putri, gank BBB (Baskoro, Bowo, Bob, Benny, feat. Rezky), bang Jeppy, tante Tiwi, tante Risa, mami Suryanti, Bu Azizah, Bu Linda, Pak Munir dan semua sahabat yang tak pernah tergantikan, *wish all best for all.*



Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis.

**Jakarta, 13 Maret 2012**

**Trinitaria Marlis Putri**

**NIM. 55109120060**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b>	.....	i
<b>ABSTRAK</b>	.....	ii
<b>PENGESAHAN</b>	.....	iii
<b>PERNYATAAN</b>	.....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b>	.....	v
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>		
1.1 Latar Belakang	.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	.....	8
1.3 Rumusan Masalah	.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	.....	9
1.6 Tahapan Penelitian	.....	10
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>		
2.1 Sejarah Perusahaan	.....	11
2.1.1 Pada Jaman Penjajahan Belanda dan Jepang	.....	11
2.1.2 Pada Jaman setelah Kemerdekaan	.....	12
2.1.3 Pada Jaman Orde Baru	.....	13
2.1.4 Pada Jaman Reformasi	.....	15
2.1.5 Pegadaian Saat Ini	.....	16
2.2 Atribut Perusahaan	.....	17

2.2.1	Visi Perusahaan	17
2.2.2	Misi Perusahaan	17
2.2.3	Status Perusahaan	17
2.2.4	Logo Perusahaan	18
2.2.5	Slogan Perusahaan	18
2.2.6	Maskot Perusahaan	19
2.2.7	Produk Jasa Perusahaan	20
2.2.7.1	KCA (Kredit Cepat Aman)	20
2.2.7.2	Kreasi (Kredit Angsuran Sistem Fidusia)	20
2.2.7.3	Krasida (Kredit Angsuran Sistem Gadai)	21
2.2.7.4	Krista (Kredit Usaha Rumah Tangga)	21
2.2.7.5	Kremada (Kredit Perumahan Swadaya)	21
2.2.7.6	KTJG (Kredit Tunda Jual Gabah)	21
2.2.7.7	Investa (Gadai Efek)	22
2.2.7.8	Kucica (Kiriman Uang Cara Instan Cepat dan Aman)	22
2.2.7.9	Kagum (Kredit Serba Guna untuk Umum)	22
2.2.7.10	Jasa Taksiran dan Jasa Titipan	22
2.2.7.11	Rahn (Gadai Syariah)	22
2.2.7.12	Arrum (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil)	23
2.2.7.13	Mulia (Murabahah Logam Mulia)	23

### **BAB III. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS**

3.1	Kualitas Jasa	24
-----	---------------	----

3.2 Bauran Promosi .....	26
3.3 Citra Perusahaan .....	34
3.4 Kerangka Pemikiran .....	37
3.5 Hipotesis .....	38
 <b>BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
4.1 Variabel Penelitian .....	40
4.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	44
4.3 Populasi dan Sampel .....	45
4.4 Jenis dan Data .....	48
4.4.1 Jenis Data .....	48
4.4.1.1 Data Kualitatif .....	48
4.4.1.2 Data Kuantitatif .....	49
4.4.2 Sumber Data .....	49
4.4.2.1 Data Primer .....	49
4.4.2.2 Data Sekunder .....	49
4.5 Metoda Penelitian .....	49
4.5.1 Metoda Pengumpulan Data .....	49
4.5.2 Metoda Analisis Data .....	51
4.5.2.1 Analisis Data Kualitatif (Deskriptif) .....	51
4.5.2.2 Analisis Data Kuantitatif .....	52
4.5.3 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
4.5.3.1 Uji Validitas .....	53

4.5.3.2 Uji Reliabilitas .....	54
4.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	54
4.5.4.1 Uji Normalitas .....	55
4.5.4.2 Uji Multikolonieritas .....	55
4.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
4.5.6 Uji Hipotesis .....	57
4.5.6.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji t) .....	57
4.5.6.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F) .....	58
4.5.7 Koefisien Determinasi .....	59

## **BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Profil Responden .....	60
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
5.1.2 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	61
5.1.3 Responden Berdasarkan Usia .....	62
5.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan .....	62
5.1.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
5.2 Hasil Penelitian .....	64
5.2.1 Skor Jawaban Angket Variabel Kualitas Jasa .....	64
5.2.2 Skor Jawaban Angket Variabel Bauran Promosi .....	69
5.2.3 Skor Jawaban Angket Variabel Citra Perusahaan .....	73
5.2.4 Rekapitulasi Kinerja Variabel Penelitian .....	76

5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	77
5.3.1 Uji Validitas .....	77
5.3.2 Uji Reliabilitas .....	81
5.4 Uji Asumsi Klasik .....	82
5.4.1 Uji Multikolonieritas .....	82
5.4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	83
5.4.3 Uji Normalitas .....	84
5.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	87
5.6 Uji Hipotesis .....	88
5.6.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji t) .....	88
5.6.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F) .....	91
5.7 Koefisien Determinasi .....	92
5.8 Pembahasan dan Temuan Penelitian .....	95
5.8.1 Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Citra Perusahaan .....	95
5.8.2 Pengaruh Bauran Promosi terhadap Citra Perusahaan .....	96
5.8.3 Pengaruh Simultan Kualitas Jasa dan Bauran Promosi .....	96
terhadap Citra Perusahaan	
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan .....	97
6.1.1 Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Citra Perusahaan .....	97
6.1.2 Pengaruh Bauran Promosi terhadap Citra Perusahaan .....	98

6.1.3 Pengaruh Kualitas Jasa dan Bauran Promosi terhadap Citra Perusahaan .....	99
6.2 Saran .....	99
6.3 Saran untuk Penelitian Mendatang .....	101

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pencapaian Omzet Gadai Perum Pegadaian Kanwil IX Jakarta II .....	3
Tabel 1.2 Pertumbuhan Omzet Gadai Perum Pegadaian Kanwil IX Jakarta II .....	4
Tabel 1.3 Jumlah Nasabah Gadai Kanwil IX Jakarta II .....	5
Tabel 3.1 Matriks Perbedaan Efek dari Beberapa Bauran Promosi .....	33
Tabel 4.1 Variabel, Dimensi, Indikator, dan Pengukuran yang Digunakan .....	43
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	65
Tabel 5.3 Data Responden Berdasarkan Usia .....	66
Tabel 5.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan .....	63
Tabel 5.5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
Tabel 5.6 Nilai Mean per Indikator Dimensi Ketanggapan .....	66
Tabel 5.7 Nilai Mean per Indikator Dimensi Keandalan .....	66
Tabel 5.8 Nilai Mean per Indikator Dimensi Empati .....	67
Tabel 5.9 Nilai Mean per Indikator Dimensi Jaminan .....	68
Tabel 5.10 Nilai Mean per Indikator Dimensi Tampilan Fisik .....	69
Tabel 5. 11 Nilai Mean per Indikator Dimensi Iklan .....	71
Tabel 5. 12 Nilai Mean per Indikator Dimensi Sales Promotion .....	72
Tabel 5. 13 Nilai Mean per Indikator Dimensi Personal Selling .....	72
Tabel 5. 14 Nilai Mean per Indikator Dimensi Hubungan Masyarakat .....	73



Tabel 5.15 Nilai Mean per Indikator Dimensi Identitas Perusahaan .....	74
Tabel 5.16 Nilai Mean per Indikator Dimensi Reputasi Perusahaan .....	75
Tabel 5.17 Rekapitulasi skor Variabel dan Dimensi .....	76
Tabel 5.18 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Jasa (X1) .....	78
Tabel 5.19 Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Promosi (X2) .....	79
Tabel 5.20 Hasil Uji Validitas Variabel Citra (Y) .....	80
Tabel 5.21 Hasil Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 5.22 Hasil Uji Multikolonieritas .....	82
Tabel 5.23 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	86
Tabel 5.24 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	87
Tabel 5.25 Uji Signifikansi Parsial (t) .....	89
Tabel 5.26 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) / ANOVA .....	91
Tabel 5.27 Model Summary .....	92
Tabel 5.28 Hasil Analisis Hubungan antar Variabel Kualitas Jasa, Bauran Promosi, terhadap Citra PERUM Pegadaian .....	93
Tabel 5.29 Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perum Pegadaian .....	18
Gambar 2.2 Maskot Perum Pegadaian .....	21
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	38
Gambar 5.4 Diagram Heteroskedastisitas .....	83
Gambar 5.5 Histogram .....	84
Gambar 5.6 Diagram Normalitas dengan Diagram P-P Plot .....	85

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1 Nilai Mean Kelima Dimensi Variabel Kualitas Jasa	60
Grafik 5.2 Nilai Mean Keempat Dimensi Variabel Bauran Promosi	61
Grafik 5.3 Nilai Mean Kedua Dimensi Variabel Citra	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

Lampiran 2. Tabel r

Lampiran 3. Tabel t

Lampiran 4. Tabel F

Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner Kualitas Jasa, Bauran Promosi, dan Citra

Lampiran 6. Rekapitulasi Kuesioner Kualitas Jasa, Bauran Promosi, dan Citra

Lampiran 7. Hasil Output *SPSS* Versi 17