

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP JUMLAH
INVESTOR PRODUK REKSA DANA
BANK OCBC NISP**

SKRIPSI

Nama : Desty Widianty
NIM : 43109120080



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2012

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP JUMLAH
INVESTOR PRODUK REKSA DANA
BANK OCBC NISP**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata I**

**Nama : Desty Widianty
NIM : 43109120080**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desty Widianty
NIM : 43109120080
Program Studi : Manajemen – Strata 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Maret 2012



(Desty Widianty)

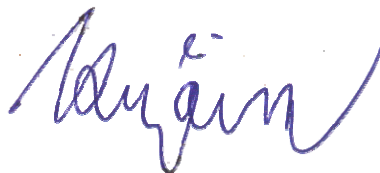
NIM : 43109120080

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Desty Widianty
NIM : 43109120080
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Jumlah Investor Produk
Reksa Dana Bank OCBC NISP
Tanggal Lulus Ujian : 29 Maret 2012

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi



(Priyono, SE, ME)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Wiwik Utami, SE, Ak,MS)



(Arief Bowo Kasm Prayoga, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Jumlah Investor Produk Reksa Dana

Bank OCBC NISP

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

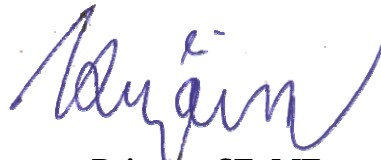
Desty Widianty

43109120080

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal

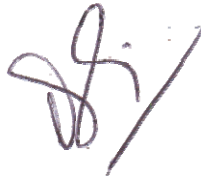
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi



Priyono, SE, ME

Anggota Dewan Penguji



Daru Asih, SE, M.Si

Anggota Dewan Penguji



Luna Haningsih, SE, ME

KATA PENGANTAR

Dengan ucapan syukur pada Tuhan YME, atas berkat dan rahmatNya, memudahkan penyelesaian skripsi. Merupakan syarat kelulusan Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, berjudul **Pengaruh Bauran Promosi terhadap Jumlah Investor Produk Reksa Dana Bank OCBC NISP.**

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini, yaitu kepada :

1. Yth. Ibu Wiwik Utami, SE, Ak,MS, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Yth. Bapak Arief Bowo Kasmu Prayoga, SE, MM, Ketua Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Yth. Bapak Priyono, SE, ME, selaku Dosen Pembimbing.
4. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
5. Bank OCBC NISP yang telah membantu segala proses pembuatan skripsi ini.
6. Keluarga dan Sahabat yang sangat memberikan dukungan serta semangat.

Selanjutnya penulis berharap melalui penelitian ini dapat menambah pengalaman yang berharga serta memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 1 Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
 BAB II LANDASAN TEORI	 5
2.1. Pemasaran	5
2.2. Bauran Pemasaran	6
2.3. Bauran Promosi	9
2.4. Investor	15

2.5. Keterkaitan Bauran Promosi dengan Jumlah Pelanggan	17
BAB III Metode Penelitian	19
3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	19
3.2. Reksa Dana Bank OCBC NISP	21
3.3. Desain Penelitian	22
3.4. Hipotesis	22
3.5. Variabel Operasional	23
3.6. Metode Pengumpulan Data	24
3.7. Jenis Data.....	24
3.8. Metode Analisis Data	24
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Analisis Data Bauran Promosi	29
4.2. Pembahasan Bagaimana Bauran Promosi Mempengaruhi Jumlah Investor	38
4.3. Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap Jumlah Investor	39
BAB V KESIMPULAN	45
5.1. Kesimpulan	45
5.2. Saran	46
 DAFTAR PUSTAKA	 48
 DAFTAR LAMPIRAN	
Lampiran 1 Hasil Analisis Regresi Berganda	49
Lampiran 2 Data Laporan Investor Gathering	50
Lampiran 3 <i>Fund Fact Sheet</i>	51
Lampiran 4 Lembar Konsultasi	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Media Promosi Berdasarkan <i>Promotional Mix</i>	11
Tabel 3.2	Produk Reksa Dana Bank OCBC NISP	21
Tabel 3.3	Variabel Operasional	23
Tabel 4.1	Data Laporan Kegiatan <i>Investor Gathering</i> Tangerang City	36
Tabel 4.2	Data Bauran Promosi Variabel X dan Y	39
Tabel 4.3	Coefficients	40
Tabel 4.4	Test t (Uji Dua Arah)	41
Tabel 4.5	Anova	42
Tabel 4.6	Model Summary	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Variabel Independen dan Variabel Dependen	23
Gambar 4.1	Data Frekuensi Kegiatan Periklanan Reksa Dana	30
Gambar 4.2	Brosur dan <i>Fund Fact Sheet</i> Reksa Dana OCBC NISP	31
Gambar 4.3	Data Frekuensi Kegiatan Penjualan Personal Reksa Dana	33
Gambar 4.4	Bagan Penjualan Personal dengan Metode Presentasi	34
Gambar 4.5	Data Frekuensi Kegiatan Publisitas Reksa Dana	35
Gambar 4.6	Data Jumlah Investor Reksa Dana Bank OCBC NISP	37
Gambar 4.7	Pergerakan IHSG Tahun 2011	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Analisis Regresi Berganda	48
Lampiran 2	Data Laporan Investor Gathering	49
Lampiran 3	<i>Fund Fact Sheet</i>	50
Lampiran 4	Lembar Konsultasi	51

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari kegiatan bauran promosi yang mencakup kegiatan periklanan, penjualan personal, dan publisitas terhadap jumlah investor produk reksa dana yang dijual oleh APERD Bank OCBC NISP. Data diperoleh melalui data sekunder dengan mewawancarai marketing funding dan data internal Bank OCBC NISP divisi wealth management, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari kegiatan bauran promosi yang mencakup kegiatan periklanan, penjualan personal, dan publisitas terhadap jumlah investor produk reksa dana. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada Manager Investasi selaku pengelola produk dan salah satu APERD untuk produk reksa dana.

Kata kunci : bauran promosi, jumlah pelanggan, jumlah investor.