



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**PENGARUH JUMLAH *CALLS*,  
*CUSTOMER* DAN TRANSAKSI  
TERHADAP JUMLAH AUTO DEBET PHONEPLUS  
BANK BNI**

**TESIS**

tanggal	3-4-05
No. Reg: 1	70040
2	JM/05/040

**Oleh**

PEMERIKSAAN
Halap

**SILVIA RIDINA DEWI**

**NIM: 131.01.055**

**PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA, 2003**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**PENGARUH JUMLAH *CALLS*,  
*CUSTOMER* DAN TRANSAKSI  
TERHADAP JUMLAH AUTO DEBET PHONEPLUS  
BANK BNI**

**TESIS**

**Diajukan  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mnyelesaikan Studi  
Program Pasca Sarjana  
Program Studi Magister Manajemen  
Universitas Mercu Buana**

**Oleh**

**SILVIA RIDINA DEWI**

**NIM: 131.01.055**

**PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA, 2003**

## PENGESAHAN TESIS


JUDUL TESIS : PENGARUH JUMLAH *CALLS*,  
*CUSTOMER DAN* TRANSAKSI  
TERHADAP JUMLAH AUTO DEBET  
PHONEPLUS BANK BNI

NAMA MAHASISWA : SILVIA RIDINA DEWI  
N I M : 131.01.055

Tesis Ini Telah Disetujui Dan Dipertahankan Didepan Sidang Tim Penguji Program  
Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Pada Hari : Senin  
Tanggal : 30 Juli 2003  
Tempat : Ruang Sidang Program Pascasarjana Magister Manajemen  
Universitas Mercu Buana, Jalan Menteng Raya No. 29 Jakarta Pusat

Menyetujui:  
Pembimbing Tesis

  
Dr. Bachtiar Saleh Abbas

Mengetahui:  
Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen  
Universitas Mercu Buana



  
Dr. Laode M. Kamaluddin, M.Sc, M.Eng.

## ABSTRAK

BNI Phoneplus adalah layanan *phonebanking* untuk melayani *customer* dalam bertransaksi perbankan melalui telepon dalam 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu, adapun fasilitas yang diberikan kepada *customer* berupa informasi dan transaksi perbankan.

Seiring dengan perkembangan *phonebanking* yang begitu pesat maka BNI Phoneplus mengembangkan fitur baru yaitu *autodebet* Phoneplus yang diharapkan akan memenuhi kebutuhan para *customer* untuk melakukan transaksi serta untuk menunjang efisiensi dan dapat meningkatkan *fee based income* Bank BNI.

Jumlah *calls*, *customer*, dan transaksi yang meningkat merupakan obyek yang akan diteliti dalam kaitannya dengan meningkatnya jumlah *autodebet*. Penelitian ini mengambil data hanya pada tahun 2002 saja, karena fitur *autodebet* ini masih relatif baru.

Dari data yang diperoleh dianalisa dengan menggunakan analisa statistik dengan menggunakan analisa korelasi, dan analisa regresi berganda dengan menggunakan analisa koefisien determinasi, analisa uji hipotesa (uji t dan uji F). Analisa korelasi digunakan untuk mengetahui besar hubungan antara variable-variable *calls*, *customer* dan transaksi dan variable *autodebet* secara parsial dan bersama-sama dan terlihat hubungan antara *calls*, *customer*, dan transaksi terhadap *autodebet* adalah kuat, sedang dan kuat, analisa koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar kontribusi variable-variable *calls*, *customer* dan transaksi terhadap variable *autodebet* yaitu menunjukkan 0,802, atau 80,2% variasi perubahan pada variabel bebas (*calls*, *customer*, dan transaksi) dan 19,8% sisanya yang dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain, Analisa uji hipotesa uji t dan uji F digunakan untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesa yang dirumuskan dengan menghitung nilai  $t_{hitung}$  kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  dimana bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $t_{hitung}$  (*calls* = 6,170; *customer* = 3,950; transaksi = 5,680) lebih besar dibandingkan nilai  $t_{tabel}$  untuk tingkat kepercayaan 95% maka hipotesa nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesa alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dan apabila pada uji F tingkat signifikansi  $< 0,05$  (uji anova  $f_{hitung} = 59,472$  dengan signifikansi =  $0,00 < 0,05$ ) maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variable-variable *calls*, *customer* dan transaksi berpengaruh

terhadap variable *autodebet*, Analisa regresi digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variable *autodebet* bila nilai variable *calls*, *customer* dan transaksi dinaikkan atau diturunkan nilainya

Maka dapat disimpulkan bahwa variable *calls*, *customer*, dan transaksi mempunyai pengaruh terhadap jumlah *autodebet* maka dapat disarankan untuk meningkatkan jumlah *calls*, *customer*, dan transaksi.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas terselesainya penyusunan tesis yang merupakan syarat akademik untuk program pasca sarjana strata-2 pada Fakultas Manajemen Pemasaran Universitas Mercu Buana Jakarta. Sebab hanya karena kasih dan kemurahanNya segala proses yang harus saya tempuh dalam penyusunan tesis ini dapat saya lakukan dengan baik.

Tugas Akhir / Tesis ini dapat terselesaikan bukan tanpa kendala dan hambatan, namun dengan kerja keras saya berusaha untuk menyusunnya dengan baik dan seakurat mungkin. Penyertaan Tuhan dan bantuan tak terhingga dari semua pihak sangat mendukung baik dari segi akademik, moral maupun materiil, oleh karenanya saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Bahtiar Saleh Abbas, Ph.d selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran dan dedikasi yang tinggi sehingga tesis ini dapat terselesaikan
2. Bapak Drs Hadi Prayitno MM, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran dan dedikasi yang tinggi sehingga tesis ini dapat terselesaikan
3. Para dosen, staf dan karyawan Universitas Mercu Buana Jakarta yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya
4. Ibu Rahma, Warso selaku staf Universitas Mercu Buana Jakarta yang sangat membantu dalam hal administrasi baik selama perkuliahan maupun dalam rangka penyusunan tesis ini

5. PT BANK BNI (persero) Tbk, Divisi Operasional Unit Phoneplus yang telah bersedia membantu untuk memberikan data untuk penelitian dalam rangka penyusunan tesis ini
6. Seluruh staf perpustakaan PT BANK BNI (persero) Tbk yang telah banyak membantu dalam penelusuran referensi
7. Suami dan keluarga tercinta yang senantiasa mendukung dalam doa, moral dan materiil selama perkuliahan sampai dengan penyusunan tesis ini
8. Sahabat – sahabat yang telah membantu menjadi teman diskusi mengenai penyusunan tesis ini
9. Semua pihak yang telah membantu memberikan dukungan dan dorongan kepada saya selama penyusunan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Saya menyadari bahwa tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan oleh sebab itu saya amat menghargai atas segala masukan yang sangat berguna dalam penyempurnaan di kemudian hari. Dan dengan segala keterbatasan Tesis ini saya berharap buku ini dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi dunia pendidikan khususnya Manajemen Pemasaran di Indonesia.

Jakarta, 25 Juni 2003

PENULIS

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHANAN TESIS	ii
DATA DASAR MAHASISWA	iii
CATATAN AKHIR STUDI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Hipotesa	8
1.5. Model penelitian	9
1.6. Ruang Lingkup	10
1.7. Manfaat	10
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>11</b>
2.1. Strategi Marketing Campuran	11



	2.2. Strategi Produk	18
	2.3. Strategi Produk Pada Perbankan	24
	2.4. Phone Banking	36
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	<b>48</b>
	3.1. Variabel Penelitian	48
	3.2. Metode Penarikan Sampel	48
	3.3. Prosedur Pengumpulan Data	48
	3.4. Prosedur Pengelohan Data	49
	3.5. Metode Analisa	49
<b>BAB IV</b>	<b>: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	<b>51</b>
	4.1. Sejarah Singkat Bank BNI	51
	4.2. Visi, Misi, Dan Tujuan Perusahaan	54
	4.3. Kegiatan Operasional Perusahaan	56
	4.4. Produk Dan Jasa Bank BNI Phoneplus	57
	4.5. Susunan Organisasi Perusahaan	58
<b>BAB V</b>	<b>: ANALISA DAN PEMBAHASAN</b>	<b>61</b>
	5.1. Analisa Korelasi	65
	5.2. Analisa Determinasi	66
	5.3. Analisa Uji Hipotesa	67
	5.4. Analisa Regresi Berganda	68
<b>BAB VI</b>	<b>: KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>70</b>
	6.1. Kesimpulan	70
	6.2. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75
RIWAYAT HIDUP	82

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1.1 Skema Hubungan Variable $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ dan Y	9
2.1 Model Manajemen Strategis Wheelen Hunger	12
2.2 Konsep Inti Pemasaran	14
2.3 Perbandingan Konsep Penjualan dan Pemasaran	17
2.4 Proses Pengambilan Keputusan	31
2.5 <i>Staircase of Products</i>	38
2.6 <i>First Chicago : Relative Cost Of Each Delivey Channel</i>	46

## DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
2.1 Tabel Klasifikasi Jasa	23
5.1 Data Bulanan Tahun 2002	62
5.3 Rangkuman Hasil Perhitungan Statistik Antara Variabel <i>Autodebet</i> (Y) Dengan Variabel <i>Calls</i> ( $X_1$ ), Variabel <i>Customer</i> ( $X_2$ ), Dan Variabel <i>Transaksi</i> ( $X_3$ )	65
5.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpelasi Koefisien Korelasi	66

## DAFTAR DIAGRAM

DIAGRAM	HALAMAN
5.1 Data Bulanan Variable Tahun 2002	62
5.2 Data Bulanan Autodebet Tahun 2002	62
5.3 Data Bulanan Calls Tahun 2002	63
5.4 Data Bulanan Customer Tahun 2002	63
5.5 Data Bulanan Transaksi Tahun 2002	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN</b>	<b>HALAMAN</b>
Data Mingguan Variabel Variabel Autodebet, Calls, Customer, Transaksi	73
Tabel Nilai-Nilai Dalam Distribusi t	74
Hasil Olahan Dengan Menggunakan SPSS Versi 1.0	75
Skema Organisasi Divisi Operasional	77
Skema Organisasi Pengelolaan Layanan	78