



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**PENGARUH STRATEGI *EVENT MARKETING* MELALUI BNI JAVA  
JAZZ FESTIVAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG  
PADA PT BANK NEGARA INDONESIA TBK**

Disusun oleh :  
**LAROSA ADELI FAZA**  
**NIM. 1904421030**

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**JULI 2023**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## SKRIPSI TERAPAN



### **PENGARUH STRATEGI *EVENT MARKETING* MELALUI BNI JAVA JAZZ FESTIVAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT BANK NEGARA INDONESIA TBK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**  
Disusun oleh :  
**LAROSA ADELI FAZA**  
**NIM. 1904421030**

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN  
JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JULI 2023**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Larosa Adeli Faza

NIM : 1904421030

Tanda Tangan :

Tanggal : Senin, 10 Juli 2023

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





## LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Larosa Adeli Faza  
NIM : 1904421030  
Program Studi : D4 – Keuangan dan Perbankan  
Judul Laporan Skripsi :

“Pengaruh *Strategi Event Marketing* melalui BNI Java Jazz Festival terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk”

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Agus Supriyadi, S.E., M.M. (  )

Anggota Penguji : Dr. Dra. R. Elly Mirati, S.E., M.M. (  )

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Kamis, 20 Juli 2023

Ketua Jurusan Akuntansi

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.  
NIP.196404151990032002  
Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.  
NIP.1964041519900320021

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Larosa Adeli Faza  
Nomor Induk Mahasiswa : 1904421030  
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/D4-Keuangan dan Perbankan  
Judul Skripsi :  
"Pengaruh Strategi *Event Marketing* melalui BNI Java Jazz Festival terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk"

Disetujui oleh:  
Pembimbing

Dr. Dra. R. Elly Mirati, M.M.

NIP. 196112221989102001

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

Ketua Program Studi

Heri Abrianto, S.E., M.M.

NIP. 196510051997021001

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Akuntansi. Penulisan skripsi memiliki judul “Pengaruh Strategi *Event Marketing* melalui BNI Java Jazz Festival terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk”. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

1. Bapak Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dip1-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.m., selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan.
4. Ibu Dr. Dra. R. Elly Mirati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang sudah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua peneliti dan keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, dan motivasi serta bantuan baik moril maupun materil kepada peneliti selama proses penulisan skripsi.
7. Admi Faris Farhan selaku teman sejati yang selalu memberikan dukungan, serta mendengarkan keluh kesah selama penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan Milyader yaitu Ota, Nafra, Ami, Nisa, Tresya, dan Fonda selaku sahabat yang menemani perjuangan penulis dalam suka duka menjalani perkuliahan selama 4 tahun dan selalu memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
9. Seluruh teman-teman santuy yaitu Najwa, Rana, Faqih, dan Syamil selaku teman seperjuangan selama kuliah dari awal maba sampai masa semester akhir

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

10. Teman terbaik peneliti yaitu Siti yang senantiasa membantu, mendengarkan keluh kesah selama pengerjaan skripsi, berbagi pengetahuan dalam kondisi apapun.
11. Seluruh teman-teman Program Studi Keuangan dan Perbankan angkatan 2019 yang senantiasa membantu dan berbagi dalam berbagai kondisi di masa perkuliahan sampai skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Seluruh teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan 2018 yang telah menjadi tempat pengembangan diri dari berbagai pengalaman penulis dalam masa perkuliahan.
13. Seluruh teman-teman Prodi BKT'19 kelas A yang selalu bersama di masa perkuliahan dari awal mahasiswa baru sampai berakhirnya penulisan skripsi ini.
14. Seluruh pihak-pihak yang selalu memberikan semangat dan motivasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari keterbatasan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, peneliti sangat menerima kritik dan demi kebaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terimakasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi peneliti maupun pembaca.

Depok, 20 Juli 2023

Larosa Adeli Faza

NIM. 1904421030





## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Larosa Adeli Faza  
NIM : 1904421030  
Program Studi : D4 – Keuangan dan Perbankan  
Jurusan : Akuntansi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Strategi *Event Marketing* Melalui BNI Java Jazz Festival Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk”**

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : Kamis, 20 Juli 2023

Yang menyatakan

Larosa Adeli Faza

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Larosa Adeli Faza  
Keuangan dan Perbankan Terapan  
**Pengaruh Strategi *Event Marketing* Melalui BNI Java Jazz Festival Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi *event marketing* melalui BNI Java Jazz Festival terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 100 responden yang merupakan nasabah Bank BNI dan menghadiri *event* BNI Java Jazz Festival menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan alat bantu analisis SPSS versi 26. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa indikator *enterprise* dari variabel *event marketing* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung. Selanjutnya, pada indikator *entertainment* dari variabel *event marketing* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung. Kemudian, pada indikator *excitement* dari variabel *event marketing* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung. Dan berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan hasil bahwa setiap indikator dari *event marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank BNI. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi PT Bank Negara Indonesia Tbk sebagai tambahan pengetahuan baru dalam membuat *event* yang lebih inovatif dan dapat memberikan hiburan sesuai kebutuhan nasabah yang nantinya akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung pada Bank BNI.

**Kata Kunci :** *Event Marketing, Enterprise, Entertainment, Excitement, Keputusan Menabung*

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Larosa Adeli Faza

Keuangan dan Perbankan Terapan

## The Influence of Event Marketing Strategy through BNI Java Jazz Festival on Customer Decision to Save at PT Bank Negara Indonesia Tbk

### ABSTRACT

This study aims to determine the influence of event marketing strategies through BNI Java Jazz Festival on customer decisions to save at PT Bank Negara Indonesia Tbk. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires online to 100 respondents who are BNI Bank customers and attend BNI Java Jazz Festival events using purposive sampling techniques. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression with SPSS analysis tool version 26. The results of this study show that enterprise indicators of event marketing variables have a partial effect on customer saving decisions. Furthermore, the entertainment indicator of the event marketing variable has a partial effect on the customer's decision to save. Then, the excitement indicator of the event marketing variable has a partial effect on the customer's decision to save. And based on the results of simultaneous tests, it shows the results that every indicator of the marketing event has a positive and significant effect on customers' decisions to save at Bank BNI. The results of this research are expected to be useful for PT Bank Negara Indonesia Tbk as an additional new knowledge in making events more innovative and can provide entertainment according to customer needs which will later influence customer decisions in saving at Bank BNI.

**Keywords** : Event Marketing, Enterprise, Entertainment, Excitement, Saving Decisions

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Strategi <i>Event Marketing</i> .....	12
2.1.2 Evaluasi Pemasaran <i>Event</i> .....	12
2.1.3 <i>Enterprise</i> .....	13
2.1.4 <i>Entertainment</i> .....	13
2.1.5 <i>Excitement</i> .....	14
2.1.6 Keputusan Menabung .....	14
2.1.7 Bank Umum.....	17
2.1.8 Bank Negara Indonesia (BNI) .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran .....	27
2.4 Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Objek Penelitian .....	29
3.3 Metode Pengambilan Sampel .....	29
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	31

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian .....	32
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.6.1 Variabel Penelitian.....	33
3.6.2 Definisi Operasional .....	33
3.7 Metode Analisis Data .....	35
3.7.1 Uji Coba Instrumen.....	35
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.3 Metode Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.4 Uji Hipotesis .....	37
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Responden.....	40
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia, Pendidikan, dan Pekerjaan.....	41
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Domisili dan Pendapatan Selama Sebulan..	43
4.2 Hasil Uji Instrumen .....	45
4.2.1 Uji Validitas .....	45
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	47
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	47
4.3.1 Uji Normalitas.....	47
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	49
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	50
4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
4.5 Uji Hipotesis.....	53
4.5.1 Uji Parsial (Uji T).....	53
4.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	54
4.6 Uji Koefisien Determinasi .....	55
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.7.1 Indikator <i>Enterprise</i> Dalam <i>Event Marketing</i> Terhadap Keputusan Menabung .....	56
4.7.2 Indikator <i>Entertainment</i> Dalam <i>Event Marketing</i> Terhadap Keputusan Menabung .....	57
4.7.3 Indikator <i>Excitement</i> Dalam <i>Event Marketing</i> Terhadap Keputusan Menabung .....	58
4.7.4 Indikator <i>Enterprise, Entertainment</i> dan <i>Excitement</i> Dalam <i>Event Marketing</i> Terhadap Keputusan Menabung .....	58



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.7.5 Indikator Dari <i>Event Marketing</i> Yang Paling Dominan Dalam <i>Event Marketing</i> Terhadap Keputusan Menabung .....	59
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>65</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah penduduk menurut generasi (2020) .....	3
Gambar 1.2 Simpanan nasabah PT Bank Negara Indonesia Tbk .....	4
Gambar 1.3 Laporan Tahunan PT Bank Negara Indonesia Tbk .....	5
Gambar 2.1 Kerangka landasan teori .....	11
Gambar 2.2 Tahapan proses menabung .....	15
Gambar 2.3 Kerangka pemikiran .....	27
Gambar 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin .....	40
Gambar 4.2 Responden berdasarkan usia .....	41
Gambar 4.3 Responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	42
Gambar 4.4 Responden berdasarkan pekerjaan .....	43
Gambar 4.5 Responden berdasarkan domisili .....	44
Gambar 4.6 Pendapatan selama sebulan .....	45
Gambar 4.7 Grafik P-Plot Uji Normalitas Data .....	49
Gambar 4.8 Grafik Scatterplot .....	51

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Skor Skala Likert .....	32
Tabel 3.2 Variabel Penelitian .....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov .....	48
Tabel 4.3 Anova Table.....	50
Tabel 4.4 Uji Glejser.....	51
Tabel 4.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji T.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	55





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Data Penelitian.....	70
Lampiran 3. Hasi Uji Instrumen.....	73
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik .....	75
Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Lampiran 6. Lembar Bimbingan.....	78





## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat telah membawa kehidupan masyarakat dunia memasuki era baru yang sering disebut era revolusi industri 4.0. Pemanfaatan berbagai teknologi di bidang layanan keuangan telah menghadirkan perubahan yang signifikan pada industri perbankan. Pergerakan perilaku konsumen ke arah digital memaksa bank konvensional maupun lembaga keuangan lainnya berlomba-lomba mengeluarkan produk digital.

Melihat semakin masifnya perkembangan perbankan di Indonesia, tentunya sejumlah bank mengatur strategi untuk bersaing dengan bank lain sekaligus memasarkan produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat. Menurut Gitosudarmo (2014), strategi pemasaran merupakan rencana untuk melayani permintaan pasar yang dijadikan sasaran oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan lebih efektif jika didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik *internal* maupun *eksternal*. Dalam dunia pemasaran, sebelum melaksanakan berbagai jenis promosi atau taktik pemasaran lainnya, perusahaan wajib terlebih dahulu memetakan pasar atau segmen secara tepat. Sebagian besar kegagalan bisnis disebabkan oleh ketidakmampuan perusahaan untuk mengidentifikasi target pasar dan potensinya. Perusahaan harus dapat menentukan segmen pasar yang paling efektif karena jumlah konsumen yang sangat banyak dan permintaan pembelian yang bervariasi mengakibatkan perusahaan tidak dapat merambah ke semua segmen pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan penelitian segmentasi.

Setelah menentukan segmentasi pasar yang jelas dan tepat, beberapa bank dan lembaga keuangan saat ini perlu membangun strategi untuk menarik minat nasabah. Strategi tersebut merupakan konsep atau taktik yang telah disusun oleh masing-masing bank dan lembaga keuangan untuk memikat minat nasabah. Bank dan lembaga keuangan harus memiliki strategi yang berbeda dari kompetitor untuk menggaet nasabah dan menggunakan produk yang ditawarkan karena semakin banyak bisnis yang masuk ke area yang sama. Nasabah saat ini semakin perseptif

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

dan eklektik dalam memilih dan menentukan produk perbankan yang dibutuhkan. Oleh sebab itu, bank dan lembaga keuangan harus lebih gesit untuk memikat hati nasabah sehingga mereka dapat memutuskan untuk menggunakan produk perbankan tersebut. Perusahaan dapat mengimplementasikan berbagai strategi untuk memasarkan produk mereka, salah satunya adalah dengan menggunakan strategi *event marketing*.

*Event Marketing* adalah strategi umum yang digunakan oleh marketer untuk mengasosiasikan *brand* mereka dengan *event* seperti kontes olahraga, konser, bazaar, dan festival. Meskipun demikian, para pemasar tetap mengadakan acara mereka sendiri untuk kepentingan promosi. *Event marketing* merupakan suatu jenis kreasi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menggabungkan sebuah *brand* pada suatu acara atau pesta berkenaan dengan tema yang dioptimalkan dengan tujuan untuk menawarkan suatu produk atau jasa dan melahirkan suatu *experience* bagi konsumen tersebut. Agar pemasaran acara menjadi efektif, setiap pengalaman acara harus luar biasa. Acara harus bertujuan untuk memberikan "*Flow State Experience*" kepada sebagian besar *audience*, yang dapat mencakup kejutan menyenangkan, hiburan baru atau tantangan (*European Environment Agency* (EEA), 2019). Berdasarkan Hoyle Leonard (2002), terdapat 3 indikator dari *event marketing* ini yaitu : *enterprise, entertainment, dan excitement*.

Ketika konsumen tertarik dengan *event* yang diadakan oleh marketer, maka akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Keputusan pembelian adalah keputusan akhir yang dibuat oleh konsumen untuk membeli barang atau jasa berdasarkan sejumlah pertimbangan tertentu. Sejauh mana pemasar berhasil memasarkan suatu produk kepada konsumen dapat dilihat dari keputusan pembelian konsumennya. Sementara menurut Alma (2013:96), keputusan konsumen untuk menggunakan suatu jasa dipengaruhi oleh *financial economic, technology, political, culture, product, price, location, promotion, physical evidence, people dan process*, sehingga membentuk suatu perilaku pada konsumen untuk menyaring segala informasi dan menarik kesimpulan berupa tanggapan yang muncul atas produk apa yang akan dibeli.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

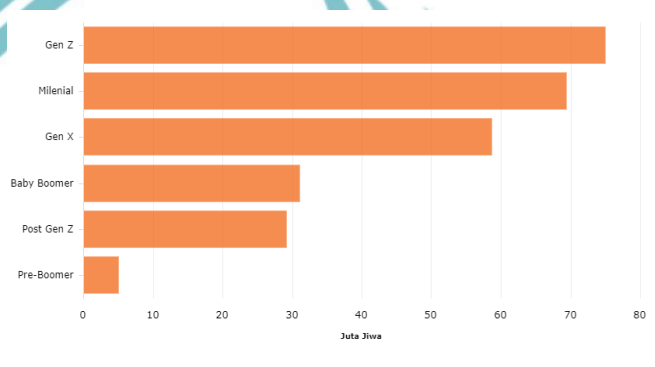


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PT Bank Negara Indonesia Tbk merupakan Bank Usaha Milik Negara (BUMN) pertama yang menjadi perusahaan publik pada tahun 1996 setelah sahamnya dicatatkan di bursa efek Jakarta dan Surabaya. Bank BNI telah menyusun taktik pemasaran khusus untuk menggaet nasabah baru. Calon nasabah yang menjadi sasaran Bank BNI berasal dari kalangan generasi Milenial yang mana generasi ini mengantongi literasi finansial yang baik. Selain itu, berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik, hasil dari Sensus Penduduk 2020 menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z dan generasi milenial.



Gambar 1.1 Jumlah penduduk menurut generasi (2020)

Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2023)

Dapat dilihat dari grafik diatas, total generasi Z mencapai 75,49 juta jiwa atau sebanding dengan 27,94 persen dari jumlah keseluruhan populasi penduduk Indonesia. Selanjutnya, kelompok demografis terbesar kedua disusul oleh generasi milenial sebesar 69,38 juta jiwa atau setara dengan 25,87 persen dari total populasi penduduk di Indonesia. Sementara Pre Boomer menduduki posisi paling rendah yaitu 1,87% atau setara dengan 5,03 juta. Menurut Beresford Research, generasi Z berada di *range* usia 11 - 26 dan generasi Milenial berada di posisi usia 27 - 42. Melihat populasi generasi Z dan Milenial yang mendominasi di Indonesia, hal ini tentunya menjadi sasaran lunak Bank BNI untuk merangkul para generasi muda tersebut dengan harapan dapat bergabung menikmati kemudahan bertransaksi bersama Bank BNI.

Demi menarik pangsa pasar khususnya generasi muda, maka Bank BNI melakukan strategi pemasaran berupa *event marketing* melalui *event* yang diberi





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nama BNI Java Jazz Festival. BNI Java Jazz Festival merupakan salah satu *event* konser musik terbesar di Indonesia yang digelar setiap tahun pada awal bulan maret sejak tahun 2005. Acara ini terdiri dari gelaran bazar makanan, produk *fashion*, instalasi seni sampai konser musik dengan menghadirkan sejumlah artis papan atas Tanah Air dan juga beberapa musisi luar negeri.

Untuk dapat menghadirkan *event* BNI Java Jazz Festival cukup mudah, masyarakat dapat melakukan pembelian tiket melalui aplikasi BNI *Mobile Banking*. Selain menawarkan kemudahan bertransaksi, Bank BNI juga menyediakan beragam promo yang sayang untuk dilewatkan. Jika nasabah BNI melakukan pembelian *daily pass*, maka akan mendapatkan promo *cashback* sebesar Rp 500 ribu. Bagi pengunjung BNI Java Jazz Festival yang belum melakukan pembelian tiket, maka dapat melakukan pembelian tiket menggunakan QRIS BNI *Mobile Banking* di ticket box untuk mendapatkan promo *cashback* 10%.

Promo besar-besaran di dalam *event* BNI Java Jazz Festival berdampak pada peningkatan jumlah simpanan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Tbk, hal ini dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut ini :



Gambar 1.2 Simpanan nasabah PT Bank Negara Indonesia Tbk

Sumber : Laporan Tahunan PT Bank Negara Indonesia Tbk (data diolah, 2023)

Berdasarkan gambar 1.2 jumlah simpanan nasabah Bank BNI konsisten mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menandakan bahwa strategi *event marketing* yang dijalankan sesuai dengan tujuan dari *event marketing* yaitu untuk membentuk *brand awareness* serta meningkatkan keterlibatan nasabah





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

melalui interaksi langsung. Namun, dampak yang di timbulkan dari *event* BNI Java Jazz Festival di tahun 2022 masih kurang memenuhi target dari tahun sebelumnya, hal ini dapat dilihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.3 Laporan Tahunan PT Bank Negara Indonesia Tbk

Sumber : Laporan Tahunan PT Bank Negara Indonesia Tbk (data diolah, 2023)

Selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah Bank BNI pada tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar 65,04 miliar rupiah. Kemudian, selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah Bank BNI pada tahun 2020 ke tahun 2021 mencapai 81,5 miliar rupiah. Sementara, selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah Bank BNI pada tahun 2021 ke tahun 2022 hanya sebesar 40,1 miliar rupiah. Selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah Bank BNI pada tahun 2020 dan 2021 mengalami peningkatan padahal pada saat itu kasus penyebaran covid-19 sedang tinggi-tingginya yang mana berdampak pada perekonomian Indonesia. Namun, di tahun 2022 setelah kasus pandemi sudah mulai menurun dan keadaan perekonomian sudah mulai pulih, selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah bank BNI justru tidak meningkat signifikan dan masih kurang dari target di tahun sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa *event* BNI Java Jazz Festival di tahun 2022 masih kurang dalam mengatur strategi *event marketing* yang terdiri dari *enterprise*, *entertainment*, dan *excitement*. Sehingga untuk meyakinkan asumsi tersebut, penelitian perlu dilakukan untuk dapat mengukur dan membuktikan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

seberapa besar pengaruh *event marketing* melalui BNI Java Jazz Festival terhadap keputusan nasabah menyimpan dana pada PT Bank Negara Indonesia Tbk.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faisal Izzulhaq dan Ajat Sudrajat (2022) berjudul “Pengaruh *Content Marketing* dan *Event Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (survei pada pengikut Instagram @Shopee\_id)” terdapat hasil bahwa *event marketing* dan *content marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam segi objek penelitian, demografi, serta metode penelitian yang dilakukan peneliti. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Faisal Izzulhaq dan Ijat Sudrajat (2022) berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Anissa Zahrina (2016) yang berjudul “Pengaruh *Event Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Halaman Tamansari” dimana terdapat hasil bahwa adanya pengaruh simultan antara *event marketing* dan keputusan pembelian. Namun secara parsial terdapat salah satu dimensi yang tidak berpengaruh yaitu dimensi *enterprise*.

Berdasarkan uraian latar belakang serta gap penelitian diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi *event marketing* yang dilakukan oleh Bank BNI melalui festival konser musik terhadap keputusan nasabah menabung. Oleh sebab itu, peneliti mengangkat judul “**PENGARUH STRATEGI *EVENT MARKETING* MELALUI BNI JAVA JAZZ FESTIVAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT BANK NEGARA INDONESIA.**”

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Dampak yang di timbulkan dari *event* BNI Java Jazz Festival di tahun 2022 masih kurang memenuhi target dari tahun sebelumnya. Selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah Bank BNI pada tahun 2020 ke tahun 2021 mencapai 81,5 miliar rupiah. Sementara, selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bank BNI pada tahun 2021 ke tahun 2022 hanya sebesar 40,1 miliar rupiah. Selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah Bank BNI pada tahun 2020 dan 2021 mengalami peningkatan padahal pada saat itu kasus penyebaran covid-19 sedang tinggi-tingginya yang mana berdampak pada perekonomian Indonesia. Namun, di tahun 2022 setelah kasus pandemi sudah sudah mulai menurun dan keadaan perekonomian sudah mulai pulih, selisih peningkatan jumlah simpanan nasabah bank BNI justru tidak meningkat signifikan dan masih kurang dari target di tahun sebelumnya. Hal ini dapat diasumsikan bahwa *event* BNI Java Jazz Festival di tahun 2022 masih kurang dalam mengatur strategi *event marketing* yang terdiri dari *enterprise*, *entertainment*, dan *excitement*. Sehingga untuk meyakinkan asumsi tersebut, penelitian perlu dilakukan untuk dapat mengukur dan membuktikan seberapa besar pengaruh *event marketing* melalui BNI Java Jazz Festival terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk.

2. Terdapat kesenjangan hasil penelitian antara penelitian yang dilakukan oleh Faisal Izzulhaq dan Ajat Sudrajat dengan penelitian yang dilakukan oleh Anissa Zahrina. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Faisal Izzulhaq menyatakan bahwa *event marketing* dan *content marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara, menurut penelitian yang dilakukan oleh Anissa Zahrina menunjukkan bahwa salah satu indikator dari *event marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu *enterprise*.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka didapatkan rumusan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah indikator *enterprise* dari *event marketing* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk ?
2. Apakah indikator *entertainment* dari *event marketing* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung transaksi pada PT Bank Negara Indonesia Tbk ?
3. Apakah indikator *excitement* dari *event marketing* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk ?





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Apakah indikator *enterprise*, *entertainment*, dan *excitement* dari *event marketing* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk ?
5. Manakah indikator dari *event marketing* yang paling berpengaruh terhadap keputusan menabung ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian yang ingin diraih adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh indikator *enterprise* dari *event marketing* terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh indikator *entertainment* dari *event marketing* terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh indikator *excitement* dari *event marketing* terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh indikator *enterprise*, *entertainment*, dan *excitement* terhadap keputusan nasabah menabung pada PT Bank Negara Indonesia Tbk.
5. Untuk menguji dan menganalisis indikator dari *event marketing* yang paling berpengaruh terhadap keputusan menabung.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya yaitu :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Peneliti



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman baru bagi peneliti, khususnya dalam bidang strategi *event marketing*. Selain itu, penelitian ini berguna bagi peneliti untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Keuangan dan Perbank Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai sarana informasi tentang pengaruh strategi *event marketing* terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan mengangkat topik tentang strategi marketing melalui *event marketing*.

2. Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan informasi bagi perusahaan untuk mengembangkan kegiatan *event marketing* yang dapat meningkatkan jumlah nasabah aktif yang menabung di Bank BNI.

**1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara ringkas dan jelas tentang isi penulisan skripsi yang terdiri dari 5 bab yang saling berkesinambungan. Untuk membantu pembaca memahami penelitian ini, maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bagian bab ini penulis menjabarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, dan manfaat penelitian.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bab ini membahas uraian tentang teori-teori yang mendukung topik penelitian, literasi terkait penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang metode penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV berisi analisis hasil serta pembahasan deskriptif mengenai masalah penelitian. Bab ini juga membahas lebih detail terkait jabaran analisis hasil penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari analisis data dan dari pertanyaan penelitian yang diuraikan pada BAB IV, serta saran yang mungkin berguna bagi peneliti atau pihak lain yang akan datang.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian tentang pengaruh strategi *event marketing* terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BNI, serta berbagai uraian yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada indikator *enterprise* didapatkan hasil bahwa indikator *enterprise* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung, maka H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bank BNI perlu melakukan sebuah inovasi strategi *event marketing* berupa kreasi dan kreativitas dengan mengkombinasi antara *event* yang sudah ada dengan konsep yang berbeda. Semakin unik *event* yang diselenggarakan maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.
2. Pada indikator *entertainment* didapatkan hasil bahwa indikator *entertainment* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung, maka H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bank BNI harus mampu memberikan hiburan yang komunikatif dengan adanya interaktif dengan konsumen. Apabila nasabah terhibur, maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung, karena nasabah merasa apa yang ditawarkan tidak biasa dan ditunjukkan hanya untuk mereka.
3. Pada indikator *excitement* didapatkan hasil bahwa indikator *excitement* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung, maka H3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bank BNI harus mampu menyelenggarakan *event* yang berkesan sesuai dengan kebutuhan nasabah agar nasabah dapat merasakan kesenangan dan kepuasan.

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Semakin puas nasabah maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

4. Berdasarkan uji F (Simultan) didapatkan hasil bahwa ketiga indikator dari event marketing yaitu *Enterprise*, *Entertainment*, dan *Excitement* memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faisal Izzulhaq dan Ajat Sudrajat (2022) berjudul “Pengaruh *Content Marketing* dan *Event Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (survei pada pengikut Instagram @Shopee\_id).”
5. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, indikator *event marketing* yang paling berpengaruh adalah *enterprise*. Hal ini karena *enterprise* merupakan kunci keberhasilan suatu *event marketing*. Sehingga, Bank BNI diharapkan dapat menyelenggarakan *event* yang bersifat inovatif, atraktif, dan kreatif, misalnya *event* yang diselenggarakan bukan hanya sekedar festival musik biasa, tetapi juga menyediakan aktivitas lain di luar *exhibition* seperti adanya penjualan *merchandise*, dan *booth food and beverages*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah didapatkan, maka beberapa saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut :

1. Bagi PT Bank Negara Indonesia Tbk  
Berdasarkan dari hasil penelitian ini, nasabah Bank BNI terbanyak ada pada kalangan usia 20-24 tahun yang artinya *event* BNI Java Jazz Festival dapat menarik generasi muda untuk menabung di Bank BNI. Oleh karena itu, diharapkan Bank BNI dapat melakukan inovasi pada *event* BNI Java Jazz Festival selanjutnya dengan memberikan hiburan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya, agar setiap nasabah baik yang lama maupun yang baru dapat merasakan kepuasan dan kesenangan saat menabung di Bank BNI.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Penelitian ini penulis menggunakan satu variabel dependent yaitu *event marketing* dengan 3 indikator yaitu *enterprise*, *entertainment*, dan *excitement*



serta satu variabel independent yaitu keputusan menabung yang didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan *event marketing* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta







## DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, S. P. (t.t.). *Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label*.
- Azizah, N., & Lovett, M. M. (t.t.). *Analisis Event Marketing dalam Meningkatkan Citra Merek STIKOM InterStudi*. <https://doi.org/10.29313/.v7i1.27189>
- BISMA JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN*. (t.t.).
- Diajkukan, S., Fakultas, K., Dan, E., Untuk, B., Salah, M., Persyaratan, S., Gelar, M., Ekonomi, S., & Saputra, D. E. (t.t.). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Depok*.
- Hongdiyanto, C., & Homan, H. (t.t.). *Pengaruh Event Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Revisit Intention Pengunjung Di Ciputra World Surabaya*. [www.indonesiashoppingcenter.com](http://www.indonesiashoppingcenter.com)
- Intan, S. (t.t.). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Cemara Park Residence*.
- Kok, W., Ariesa, Y., Pratama, V., Kosasih, S., & Fernand Alianza, V. (t.t.). *The Role of Brand Ambassador, Event Marketing and Digital Marketing on Purchase Decisions User Shopee*. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2263>
- Luh, N., Nilam, Y., Dewi, P., Pasek, G. W., Tinggi, S., & Ekonomi'satya'dharma Singaraja, I. (t.t.). *Effect Of Event Marketing, Housing Concept And Location On Home Purchase Decisions In Pt. Bhumi Inti Propertindo Singaraja Pengaruh Event Marketing, Konsep Perumahan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Bhumi Inti Propertindo Singaraja*.
- Madhalena, E. (2016). *Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Rokok Djarum Super Mild Pt Djarum*. *Iv(2)*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Nugroho, R. A., Lubis, N., & Ep, A. (T.T.). *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes Di Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Semarang Pattimura*.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (T.T.). *Jrsm 2(3) Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Dalam Jurnal Riset Sains Manajemen (Vol. 2, Nomor 3)*.
- Rita, R., & Nabilla, S. F. (2022a). *Pengaruh Social Media Advertising dan Event Marketing terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Purchase Intention Produk Tenue de Attire. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *5(1)*, 426–437. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.606>

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

*TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan Volume 3 ISSUE 1 (2023)*. (t.t.). <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>

(Auliya, t.t.; Azizah & Lovett, t.t.; *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, T.T.; *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan Volume 3 ISSUE 1 (2023)*, t.t.; Diajjukan dkk., t.t.; Hongdiyanto & Homan, t.t.; Intan, t.t.; Kok dkk., t.t.; Luh dkk., t.t.; Madhalena, 2016; Nugroho dkk., t.t.; Pulungan & Febriaty, t.t.; Rita & Nabilla, 2022a, 2022b)



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam.

Kepada Yth Bapak/Ibu/Saudara, Perkenalkan saya Larosa Adeli Faza, mahasiswi tingkat akhir Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Politeknik Negeri Jakarta. Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan dengan judul **“Pengaruh Strategi *Event Marketing* Melalui BNI Java Jazz Festival Terhadap Keputusan Nasabah Menyimpan Dana Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk ”**

Kriteria Responden :

1. Nasabah Bank BNI.
2. Menghadiri *event* Bank BNI Java Jazz Festival.

Oleh karena itu, saya memohon kesediaan kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk dapat meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner yang terdapat pertanyaan dan pernyataan dengan benar dan jujur. Saya juga mohon dalam pengisian kuesioner agar tidak ada jawaban yang dikosongkan, karena setiap jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara isi akan sangat berguna dalam penelitian ini. Di dalam semua jawaban dan informasi yang Bapak/Ibu/Sudara berikan pada kuesioner ini akan sangat dijaga kerahasiaannya dan hanya diperlukan untuk kepentingan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Sebagai imbalannya akan dipilih 1 orang responden yang akan mendapatkan Photocard random member NCT dan 1 buah produk Madam Gie dan juga akan dipilih secara acak 5 orang responden yang beruntung untuk mendapatkan hadiah dalam bentuk saldo Dana.

Petunjuk Umum Dalam Pengisian Kuesioner :





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Baca dan Pahami seluruh pertanyaan dan pernyataan dengan sebaik-baiknya
2. Setiap pertanyaan diikuti oleh lima (5) pilihan jawaban, Bapak/Ibu/Saudara cukup memilih satu dari lima (5) jawaban yang tersedia.
3. Pilihan satu jawaban pada kolom jawaban Bapak/Ibu/Saudara yang dianggap paling sesuai.

Jika terdapat informasi yang sekiranya kurang jelas dan saran terkait kuesioner penelitian ini dapat disampaikan melalui kontak dibawah ini :

Email : [larosa.adelifaza.ak19@mhs.w.pnj.ac.id](mailto:larosa.adelifaza.ak19@mhs.w.pnj.ac.id)

Whatsapp : [wa.me/6285780542378](https://wa.me/6285780542378)

Demikian yang dapat saya sampaikan, saya ucapkan Terimakasih atas kesediaan setiap responden dalam meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Salam hangat.

Larosa Adeli Faza

### Isi Kuesioner Penelitian

#### 1. Konfirmasi Kriteria Responden

- a. Apakah anda nasabah Bank BNI?
- b. Apakah anda menghadiri *event* BNI Java Jazz Festival?

#### 2. Identitas Responden

- a. Nama Lengkap
- b. Jenis Kelamin
  - Perempuan
  - Laki-laki



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### c. Usia

- 20 - 24 Tahun
- 25 - 29 Tahun
- 30 - 34 Tahun
- 35 - 39 Tahun
- > 39 Tahun

### d. Domisili

- Jakarta
- Bogor
- Depok
- Tangerang
- Bekasi
- Di luar Jabodetabek

### e. Pendidikan Terakhir

- SMA/ Sederajat
- Diploma (D1, D2, D3)
- Sarjana (S1, S.Tr)
- Pascasarjana (S2, S3)
- Lainnya

### f. Pekerjaan

- Pegawai Swasta
- Pegawai Negeri Sipil (PNS) / Aparatur Sipil Negara (ASN)
- Pelajar/Mahasiswa
- Wirausaha / Pengusaha
- Lainnya

### g. Pendapatan Selama Sebulan

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
- Rp. 5.000.001 - Rp 10.000.000
- Rp 10.000.001 - Rp 15.000.0000
- > Rp 15.000.0000

### h. Lama Menjadi Nabah



- 1 - 3 Tahun
- 4 - 6 Tahun
- 7 - 9 Tahun
- 10 - 12 Tahun
- >12 Tahun

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**3. Pertanyaan Indikator Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator Pengukuran	Skala
Strategi <i>Event Marketing</i>	<i>Enterprise</i>	1) <i>Event</i> BNI Java Jazz Festival bersifat inovatif sesuai dengan kebutuhan nasabah. 2) <i>Event</i> BNI Java Jazz Festival yang diselenggarakan oleh BNI bersifat kreatif dan atraktif sehingga nasabah menghadiri langsung <i>event</i> tersebut.	Diukur Menggunakan Skala Likert 1-5
	<i>Entertainment</i>	1) Nasabah merasa terhibur dengan adanya <i>event</i> BNI Java Jazz Festival. 2) Nasabah mendapatkan manfaat dan kesan positif atas pengalaman menghadiri <i>event</i> BNI Java Jazz Festival. 3) Nasabah mengajak kerabat untuk	





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		menghadiri event BNI Java Jazz Festival selanjutnya.	
	<i>Excitement</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Nasabah merasa puas atas pengalaman menghadiri <i>event</i> BNI Java Jazz Festival.</li> <li>2) Nasabah merasa antusias saat menghadiri <i>event</i> BNI Java Jazz Festival.</li> </ol>	
Keputusan Menyimpan Dana	Keputusan Menabung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Nasabah membutuhkan produk tabungan Bank BNI sebagai kebutuhan menabung.</li> <li>2) Nasabah akan terus menyimpan dananya di Bank BNI.</li> <li>3) Nasabah masih menyimpan dananya di bank BNI.</li> </ol>	

Sumber : (data diolah, 2023)

## Lampiran 2. Data Penelitian

Res	Event Marketing						Keputusan Menabung			
	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	Y1.1	Y1.2	Y1.3
1	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
2	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5
6	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
7	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
8	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4
9	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4
10	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
11	3	4	3	4	5	5	4	5	4	5
12	3	4	4	4	3	2	3	5	4	5
13	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
14	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5
15	3	3	3	3	2	4	4	4	4	5
16	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
17	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4
18	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
19	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
20	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
21	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5
22	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
23	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
24	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5
27	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
29	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4
35	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
36	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5
37	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
38	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
41	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3
42	3	5	4	5	3	4	5	3	4	4

## Hak Cipta :

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Res	Event Marketing						Keputusan Menabung			
	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	Y1.1	Y1.2	Y1.3
43	4	4	5	5	3	4	4	5	1	4
44	4	5	5	4	3	4	3	4	2	4
45	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
46	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4
47	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3
49	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
50	4	4	4	4	4	4	4	3	5	2
51	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3
52	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
53	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
54	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
55	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
56	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5
57	4	5	4	5	4	4	4	3	3	5
58	4	5	3	5	4	5	5	4	4	3
59	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
60	5	4	3	5	4	4	5	5	4	5
61	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3
62	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5
63	4	4	5	4	3	5	4	4	2	4
64	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
65	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
66	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5
67	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4
68	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5
69	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3
70	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3
71	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
72	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4
73	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
74	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
76	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5
77	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5
78	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4
79	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5
80	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4
81	4	5	4	4	5	5	5	2	4	4
82	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4
83	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5
84	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
85	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
86	5	5	3	4	3	5	4	4	5	5
87	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4
88	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
89	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Res	Event Marketing						Keputusan Menabung			
	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	Y1.1	Y1.2	Y1.3
90	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
91	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
92	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4
93	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
94	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
95	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
96	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
97	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
98	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4
99	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
100	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 3. Hasi Uji Instrumen

## 1. Uji Validitas

a. Variabel *Event Marketing* (X)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,257	,404*	,352	,247	,211	,278	,706**
	Sig. (2-tailed)		,170	,027	,056	,188	,263	,137	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,257	1	,151	,331	,193	-,133	,081	,442*
	Sig. (2-tailed)	,170		,425	,074	,307	,482	,669	,015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.1	Pearson Correlation	,404*	,151	1	,348	,085	,080	-,072	,507**
	Sig. (2-tailed)	,027	,425		,059	,654	,673	,706	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,352	,331	,348	1	,193	,122	,285	,645**
	Sig. (2-tailed)	,056	,074	,059		,307	,520	,128	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,247	,193	,085	,193	1	,295	,264	,592**
	Sig. (2-tailed)	,188	,307	,654	,307		,114	,159	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.1	Pearson Correlation	,211	-,133	,080	,122	,295	1	,202	,500**
	Sig. (2-tailed)	,263	,482	,673	,520	,114		,285	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,278	,081	-,072	,285	,264	,202	1	,518**
	Sig. (2-tailed)	,137	,669	,706	,128	,159	,285		,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,706**	,442*	,507**	,645**	,592**	,500**	,518**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,015	,004	,000	,001	,005	,003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**b. Variabel Keputusan Menabung (Y)**

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	,327	,498**	,794**
	Sig. (2-tailed)		,078	,005	,000
	N	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,327	1	,276	,745**
	Sig. (2-tailed)	,078		,139	,000
	N	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,498**	,276	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,005	,139		,000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,794**	,745**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**2. Uji Reliabilitas**

**a. Variabel Event Marketing (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,629	7

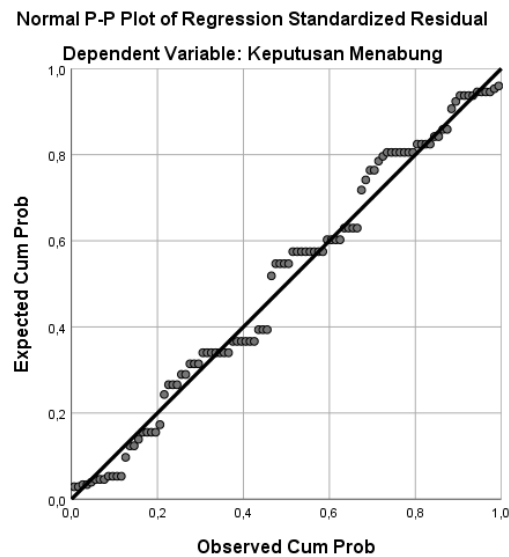
**b. Variabel Keputusan Menabung (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,622	3



## Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

## 1. Uji Normalitas



## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,48022403
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,068
	Negative	-,077
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,144 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

## Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## 2. Uji Multikolinearitas

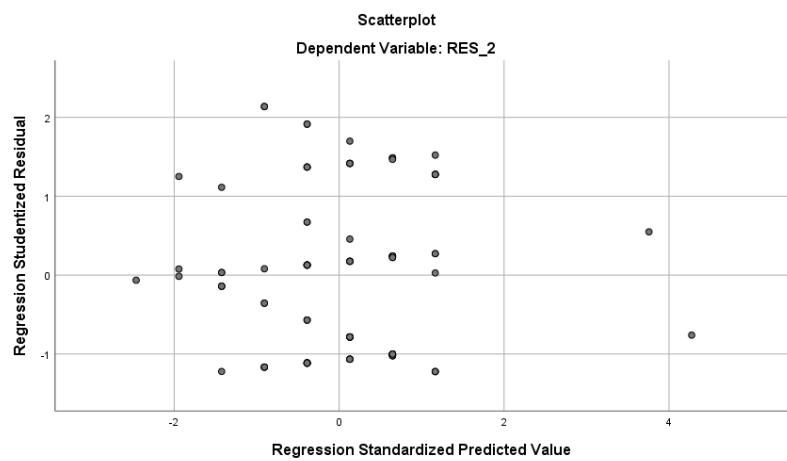
### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,930	1,076
	X2	,931	1,074
	X3	,982	1,018

a. Dependent Variable: Y

## 3. Uji Heteroskedastisitas

### a. Uji Grafik Scatterplot



### b. Uji Glejser

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,679	1	1,679	2,560	,113 <sup>b</sup>
	Residual	64,265	98	,656		
	Total	65,944	99			

a. Dependent Variable: RES\_2

b. Predictors: (Constant), Event Marketing

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 5. Metode Analisis Regresi Linier Berganda

## 1. Uji Hipotesis

## a. Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,586	,111		77,506	,000
	Enterprise	,241	,009	,672	27,718	,000
	Entertainment	,012	,006	,052	2,152	,034
	Excitement	,201	,007	,638	27,057	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

## b. Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,394	3	2,798	578,404	,000 <sup>b</sup>
	Residual	,464	96	,005		
	Total	8,858	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Excitement, Entertainment, Enterprise

## 2. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,973 <sup>a</sup>	,948	,946	,070

a. Predictors: (Constant), Excitement, Entertainment, Enterprise



## Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

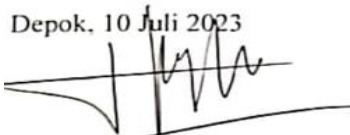


## Lampiran 6. Lembar Bimbingan

## LEMBAR BIMBINGAN

Nama : Larosa Adeli Faza  
 NIM : 1904421030  
 Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan  
 Jurusan : Akuntansi  
 Nama Dosen Pembimbing : Dr. R. Elly Mirati, S.E., M.M.

Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
21 Maret 2023	Diskusi Judul	
30 Maret 2023	Persetujuan Judul	
14 Maret 2023	Revisi Latar Belakang BAB 1	
3 Mei 2023	Revisi Rumusan Masalah Pada BAB 1	
4 Mei 2023	ACC BAB 1	
7 Mei 2023	Revisi Grand Theory & ACC BAB 2	
8 Mei 2023	ACC BAB 3	
19 Juni 2023	Revisi Kuesioner Penelitian	
22 Juni 2023	Revisi Penulisan Pada Pembahasan	
26 Juni 2023	ACC BAB 4	
3 Juli 2023	Revisi Penulisan Kesimpulan dan Saran	
10 Juli 2023	Skripsi ACC	

Menyetujui,  
 KPS D4 Keuangan dan Perbankan  
 Depok, 10 Juli 2023  
  
 (Heri Abrianto, S.E., M.M)  
 NIP. 196510051997021001



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta