

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Korelasi antara biaya promosi dengan tingkat pendapatan (studi pada Bank Syariah Mandiri Cabang Mayestik)

Nurul Asri Hasanah

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/uhamka-1/detail.jsp?id=52280&lokasi=lokal>

Abstrak

Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah terbesar di Indonesia. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah.

Pada penelitian ini, yang menjadi fokus permasalahan adalah “Bagaimana korelasi antara biaya promosi dengan tingkat pendapatan?”, “Bagaimana potret tentang biaya promosi dan tingkat pendapatan di Bank Syariah Mandiri?”, “Bagaimana korelasi antara biaya promosi dengan tingkat pendapatan?”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Biaya dan Promosi, Teori Pendapatan, Korelasi Antara Biaya Promosi dengan Tingkat Pendapatan. Alasan penulis menggunakan teori tersebut karena semua teori tersebut sangat terkait langsung dengan judul penelitian, di samping itu teori ini juga dapat mewakili serta menjawab permasalahan di dalam penelitian.

Adapun pendekatan yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Kemudian penulis membuat hipotesis yaitu : H_0 tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi dengan tingkat pendapatan dan H_1 terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi dengan tingkat pendapatan. Alasan penulis menggunakan pendekatan yang kuantitatif karena ingin menghasilkan data-data statistik yang secara akurat dan valid.

Kesimpulannya, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi dengan tingkat pendapatan. Maka hipotesis penulis dapat diterima. Kemudian terdapat korelasi yang kuat antara biaya promosi dengan tingkat pendapatan. Penulis memberikan saran bagi perusahaan untuk menaikkan biaya promosi tiap tahunnya untuk meningkatkan pendapatan pada perusahaan tersebut.