

ABSTRAK

PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH PADA BPRGEMILANG TEMBILAHAN

NOVRIZAL NUR :2019422060

Tesis.Manajemen Pemasaran 2021

Kata kunci: Marketing Mix (7P), Keputusan Menabung

Pemasaran menjadi salah satu aktivitas utama bagi perusahaan untuk menjaga eksistensi perusahaan untuk berkembang dan mendapatkan laba. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa (produk, harga, lokasi, promosi, proses, orang dan bukti fisik) terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BPR Gemilang Tembilaan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisa data menggunakan analisa regresi linear berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa produk, tempat, proses dan orang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung sedangkan harga, promosi dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BPR Gemilang Tembilaan. Hal ini ditunjukkan hasil uji dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa, nilai adjuster R^2 0.667 atau 66,7% (enam puluh enam koma tujuh persen). Dapat dijelaskan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses berpengaruh terhadap keputusan nasabah sebesar 66,7% (enam puluh enam koma tujuh persen) dan sisanya 33,3% (tiga puluh tiga koma tiga persen) dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini.

Katakunci: *Marketing Mix (7P), Keputusan Menabung*