

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN FASILITAS KREDIT USAHA MIKRO PADA BANK MANDIRI MIKRO BUSSINES UNIT CABANG CUT MEUTIA DI BANDAR LAMPUNG

Oeh

Mutiasari Nur Wulan

Partisipasi bank mutlak diperlukan untuk menumbuhkan dan mengembangkan perekonomian nasional dan mampu mendorong terjadinya gap struktural dan *culture* dalam mengatasi kemiskinan. Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia di Bandar Lampung menyadari adanya peluang bisnis pada segmen usaha kecil dan menengah dengan mengeluarkan produk Kredit Usaha Mikro.

Masalah yang dihadapi oleh Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia di Bandar Lampung adalah menurunnya volume penjualan dan beradanya posisi ke empat dalam persaingan bidang mikro bisnis perbankan. Tujuannya ingin mengidentifikasi indikator-indikator mana saja yang baik dan harus ditingkatkan serta pengimplementasian strategi pemasaran yang tepat.

Metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Unit analisisnya nasabah Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia di Bandar Lampung yang menggunakan fasilitas Kredit Usaha Mikro. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 nasabah. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dan diagram kartesius.

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dengan teknik SEM dan diagram *cartecius* menunjukkan bahwa (1) Bauran Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Fasilitas Kredit Usaha Mikro pada PT Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia di Bandar Lampung sebesar 0,58 atau 58%. (2) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Fasilitas Kredit Usaha Mikro pada PT Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia di Bandar Lampung sebesar -0,21 atau -21%. (3) Rancangan Pengambilan Keputusan, indikator-indikator Bauran Pemasaran yang berada pada Kuadran A (Prioritas Utama) yaitu Lokasi dan Kuadran B (Pertahankan Prestasi) yaitu Produk dan Harga. Indikator-indikator Kualitas Pelayanan yang berada pada Kuadran A (Prioritas Utama) tidak ada indikator yang masuk dalam kriteria ini dan Kuadran B (Pertahankan Prestasi) yaitu *Tangible* dan *Assurance*.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian (Nasabah).