

ABSTRAK

Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Tabungan Britama di PT Bank BRI Kantor Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung

Oleh

Masagus M. Iqbal Syahputra

Sektor perbankan adalah bentuk jasa dalam bidang bisnis yang merupakan salah satu unsur yang memiliki peranan penting dalam menunjang kelancaran pembangunan nasional. Fungsi utama suatu bank adalah sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Kegiatan pemasaran dalam kondisi perekonomian sekarang ini mempunyai peranan yang sangat sesuai dengan fungsi pemasaran yang merupakan salah satu fungsi pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan perbankan untuk dapat berkembang dan mendapatkan laba yang maksimal. Permasalahannya adalah Apakah bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada tabungan Britama PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung.

Hipotesis yang dirumuskan adalah Bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan wiraniaga, pemasaran langsung, berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada tabungan Britama PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung.

Jawaban dari hipotesis tersebut digunakan model analisis regresi berganda, ternyata secara statistik baik secara bersama-sama maupun secara parsial hipotesis tersebut dapat diuji kebenarannya.

Secara statistik bahwa secara keseluruhan variabel bebas (variabel periklanan (X_1), promosi penjualan (X_2), dan hubungan masyarakat (X_3), dan wiraniaga variabel (X_4), pemasaran langsung (X_5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada tabungan Britama PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung. Besarnya pengaruh variabel bebas tersebut terlihat dari nilai Koefisien Determinasi (R^2) = 0,424. Ini berarti sumbangan seluruh variabel bebas terhadap keputusan menabung pada tabungan Britama PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung sebesar 42,40 % dan sisanya 58,60 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diidentifikasi pada penelitian ini.

Diharapkan PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung tetap memperhatikan kebijaksanaan bauran promosi (tentang: periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan wiraniaga, pemasaran langsung) dalam memberikan pelayanan kepada nasabah untuk melakukan kegiatan menabung.

Kata kunci: bauran promosi, keputusan menabung