

ABSTRAK

NUR YENA, Tahun 2018, **Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabaha Dalam Memilih Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk, Kantor Cabang Makassar Panakkukang**, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Hj. Naidah, SE., M.Si dan Alamsjah, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif data yang didapatkan dari tanggapan responden dengan pernyataan yang disebar kepada 93 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Hasil perhitungan regresi linear sederhana variabel bauran promosi (X) terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk, Kantor Cabang Makassar Panakkukang, menunjukkan bahwa $Y = 48,120 + 0,180X$. Hasil uji signifikan diperoleh nilai nilai F_{hitung} sebesar 9,753 $> F_{tabel}$ sebesar 3,94 dimana nilai signifikansi 0.002^a lebih kecil dari 0,05 pada taraf signifikan 5%.

Kata Kunci : *Bauran Promosi dan Keputusan Nasabah*

ABSTRACT

NUR YENA, 2018, Influence Promotion Mix Against Nasabaha Decision In Choosing Britama Savings Products At PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk, Makassar Branch Office Panakkukang, Thesis Management Studies Program Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University of Makassar. Guided by Hj. Naidah, SE., M.Si and Alamsjah, SE, MM.

This study aims to determine whether the promotion mix has a significant effect on customer decisions. The type of research used in this study is descriptive method quantitative data obtained from the responses of respondents with statements distributed to 93 respondents. The analysis technique used in this research is simple linear regression analysis and hypothesis test. Result of simple linear regression calculation of promotion mix variable (X) to customer decision in choosing saving product britama At PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk, Makassar Branch Office Panakkukang, shows that $Y = 48.120 + 0.180X$. Significant test results obtained value of F_{hitung} value of $9.753 > F_{tabel}$ of 3.94 where the significance value 0.002a smaller than 0.05 at 5% significant level.

Keyword : *Promotion Mix and Customer Decisions*