

SUMMARY

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENABUNG TABUNGAN MONAS PADA BANK DKI (Studi Kasus Pada PT Bank DKI Capem Tanjung Duren Jakarta Barat)

Created by SAROJA BACHTIAR

Subject : PEMASARAN, KONSUMEN, TABUNGAN

Subject Alt : MARKETING, CONSUMER, SAVINGS

Keyword : produk;harga;lokasi;promosi dan keputusan konsumen menabung

Description :

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam menabung tabungan monas pada PT Bank DKI (studi kasus pada PT Bank DKI Capem Tanjung Duren, Jakarta Barat). Hipotesis penelitian sesuai penelitian terdahulu yang menemukan bahwa masing-masing variabel bebas pada penelitian ini memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menabung. Penelitian menggunakan data primer dengan instrumen keusioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah 100 responden. Data akan dianalisa melalui uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software statistik.

Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa variabel produk dan lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen sedangkan pada variabel harga dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Variabel promosi memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen menabung tabungan monas pada PT Bank DKI.

Date Create : 11/10/2016

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-201211084

Collection : 201211084

Call Number : 11-2016-S113

Source : Undergraduate Theses of Management

Relation Collection Fakultas Ekonomi

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : @Perpustakaan Universitas Esa Unggul

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor