

ABSTRAKSI

TITIN NOVITA SARI. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobile Banking Pada Bank BCA Cabang *Greenville*, Jakarta Barat (dibimbing oleh ibu Lia Amalia).

Peranan teknologi yang bertumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan-terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada di seluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan mobile banking.

Studi ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bauran pemasaran dengan loyalitas pelanggan mobile banking BCA.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan mobile banking di Bank BCA Kantor Cabang Pembantu *Greenville*, Jakarta barat.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel yang terdapat didalam bauran pemasaran yakni *price* dan *place* ternyata secara parsial mempunyai pengaruh yang berarti (signifikan) terhadap loyalitas pelanggan mobile banking BCA. Sedangkan variabel *product* dan *promotion* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan mobile banking BCA. Dari hasil penelitian juga disimpulkan bahwa variabel *place* paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan mobile banking BCA.

ABSTRACT

TITIN NOVITA SARI. Analysis of Effect of Customer Loyalty Marketing Mix Of Mobile Banking In BCA Bank Greenville Branch, West Jakarta (Supervisor by Lia Amalia).

The role of technology is growing by leaps and bounds, must be used carefully and appropriately.

Various technologies provide new breakthroughs that can be used by the bank in its efforts to constantly improve the quality of existing services. So that's where the banks are there in the world making a new innovation by launching mobile banking. This study aims to determine whether there are effects of marketing mix variables with customer loyalty BCA mobile banking.

The method used in this study is multiple regression. By distributing questionnaires to the customers mobile banking at BCA Bank Greenville Branch Offices, West Jakarta.

From the research it can be concluded that the variables contained in the marketing mix ie price and place apparently partially significant influence (significant) mobile banking on customer loyalty BCA. While the variable product and promotion does not have a significant effect on customer loyalty variables BCA mobile banking. From the results of the study also concluded that the most dominant place variable effect on customer loyalty BCA mobile banking.