

ABSTRAK

Saroja Bachtiar, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menabung Tabungan MONAS (dibimbing oleh Rojuniah).

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.

Kata kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Keputusan Konsumen Menabung.

ABSTRACT

Saroja Bachtiar, *Marketing Mix Influence the consumer Decision in Saving MONAS (supervised by Rojuaniah).*

The purpose of this study was to determine the influence marketing mix to the consumer decision in saving MONAS at PT Bank DKI (Study case on PT Bank DKI branch tanjung duren, west Jakarta). The study hypothesis corresponding previous research that found that each independent variable in this study had an influence on the consumer decision. The study uses primary data keusioner instrument. The sampling technique using a purposive sampling with 100 respondents. Data will be analyzed through the validity, reliability, and multiple linear regression analysis using statistical software.

The study concluded that variable product and location had no influence on consumer decisions while at variable prices and promotions have a significant influence on consumer decisions. Promotion variables have a dominant influence on consumer decisions to save the savings monas at PT Bank DKI.

Keywords: *Product, Price, Location, Promotion and Consumer Decision.*