

28. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Simpeda Pada Pt. Bank Kalbar Cabang Pembantu Sentebang Kabupaten Sambas

by Helman Fachri Helman Fachri

Submission date: 14-Jun-2023 05:28PM (UTC+0700)

Submission ID: 2115876263

File name: 28. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Simpeda Pada Pt. Bank Kalbar Cabang Pembantu Sentebang Kabupaten Sambas.pdf (224.13K)

Word count: 306

Character count: 1946



PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGUNAKAN PRODUK SIMPEDA PADA PT. BANK KALBAR CABANG PEMBANTU SENTEBANG KABUPATEN SAMBAS

3 Desti Ratnasari (NIM 121310546)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Pontianak

5 ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Simpeda pada PT. Bank Kalbar Cabang Pembantu Sentebang Kabupaten Sambas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki rekening tabungan simpeda pada PT. Bank Kalbar Cabang Pembantu Sentebang, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, analisis korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji kelayakan model.

Persamaan atau estimasi regresi diperoleh $\hat{Y} = 2,179 + 0,316X$. Hasil analisis korelasi sederhana (R) diperoleh angka 0,327 menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang rendah antara bauran pemasaran dengan keputusan nasabah menggunakan produk tabungan Simpeda pada PT. Bank Kalbar Cabang Pembantu Sentebang. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,107. Hal ini berarti bahwa 10,7% ($1 \times 0,107 \times 100\%$) keputusan nasabah menggunakan produk tabungan Simpeda pada PT. Bank Kalbar Cabang Pembantu Sentebang Kabupaten Sambas dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu sebesar 89,3% ($1 - 0,107 \times 100\%$) keputusan nasabah menggunakan produk tabungan Simpeda pada PT. Bank Kalbar Cabang Pembantu Sentebang Kabupaten Sambas dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan nilai F hitung sebesar $11,736 > F$ tabel 2,11 serta memiliki nilai signifikansi (sig) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, artinya model regresi linear sederhana tersebut dapat digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Nasabah

28. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Simpeda Pada Pt. Bank Kalbar Cabang Pembantu Sentebang Kabupaten Sambas

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	bajangjournal.com Internet Source	3%
2	e-perpus.unud.ac.id Internet Source	3%
3	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	3%
4	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	3%
5	journal.uniku.ac.id Internet Source	3%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On