

## ABSTRAK

WINDY ASHARI. *Penilaian Efektivitas Bauran Pemasaran Jasa Pada Keputusan Pembelian Nasabah Kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari*. Dibimbing oleh Drs. Vinsensius Matondang, MBA dan Dr. Hendra.

Banyaknya perbankan yang bermunculan membuat persaingan semakin ketat yang berpengaruh pada penurunan jumlah nasabah kredit dari Desember 2019 hingga 30 September 2022, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif pengaruh bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, bukti fisik) pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi melingkupi seluruh nasabah kredit yang tercatat pada PT. BPR Cempaka Mitra Nagari sampai tanggal 30 September 2022. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 56 responden dengan menggunakan teknik *sampling accidental*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan produk (*product*) dan harga (*price*) berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari, sedangkan tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*) tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.

Kata kunci: Bauran pemasaran, jasa, perbankan, keputusan pembelian, nasabah kredit

## **ABSTRACT**

WINDY ASHARI. *Assessment of the Effectiveness of the Service Marketing Mix on Purchase Decisions of Credit Customers at PT. BPR Cempaka Mitra Nagari. Attantion to Drs. Vinsensius Matondang, MBA and Dr. Hendra.*

*The number of banks that have sprung has made competition even toughert which has affected the decrease in the number of credit customers from December 2019 to September 30, 2022. This study aims at finding out how effective of the service marketing mix such as product, price, place, promotion, process, people, physical evidence on the purchase decision of credit customers at PT. BPR Cempaka Mitra Nagari. This research is a quantitative study with a population which covers all credit customers registered at PT. BPR Cempaka Mitra Nagari until September 30, 2022. This study used sample of 56 respondents using an accidental sampling technique. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that product and price have a significant effect on customer purchasing decisions credit at PT.BPR Cempaka Mitra Nagari, while place, promotion, process, people, and physical evidence have no significant effect on customer purchasing decisions credit at PT.BPR Cempaka Mitra Nagari.*

*Keywords: Marketing mix, services, banking, purchasing decisions, credit customers*