

ABSTRAK

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA PELAYANAN PT. BANK
KALIMANTAN BARAT**

Oleh
Frida Dedy Armada
NIM: 07 2214 119

Fungsi perbankan Indonesia sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan bauran pemasaran terhadap loyalitas nasabah Bank Kalimantan Barat.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian causal. Populasi penelitian ini seluruh nasabah Bank Kalimantan Barat yang sudah menggunakan jasa pelayanan Bank selama kurang lebih satu tahun. Obyek penelitian ini adalah bauran pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi, orang, pelanggan potensial, proses, dan layanan pelanggan) dan loyalitas nasabah. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *purpose sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dengan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, lokasi, orang, pelanggan potensial, proses, dan layanan pelanggan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Kalimantan Barat, sedangkan faktor harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : Bauran Pemasaran dan Loyalitas

ABSTRACT

**MARKETING MIX EFFECT TOWARD CUSTOMER LOYALTY TO USE
SERVICES OF PT. KALIMANTAN BARAT BANK**

by

Frida Dedy Armada

NIM: 07 2214 119

Indonesian banking functions are collecting and distributing of public funds and aims to support the implementation of national development in order to improve the distribution of development, economic growth and national stability, towards improving the living standards of the people. This study aimed to determine the effect of marketing mix toward customer loyalty of Kalimantan Barat Bank.

The type of research is a causal study. The population of this study was the entire customers of Kalimantan Barat Bank who already use bank services for approximately one year. Object of this study was the marketing mix (product, price, promotion, location, people, potential customers, processes, and customer service) and customer loyalty. Sample collection technique using purposive sampling as much as 100 people. Data collected by questionnaires. The data analysis techniques used multiple linear regression.

The results indicated that the product, price, promotion, location, people, potential customers, processes, and customer service and simultaneously has positive effect on customer loyalty of PT. Kalimantan Barat Bank, while the price factor has no effect on customer loyalty.

Keywords : Marketing Mix and Loyalty