

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari kegiatan bauran promosi yang mencakup kegiatan periklanan, penjualan personal, dan publisitas terhadap jumlah investor produk reksa dana yang dijual oleh APERD Bank OCBC NISP. Data diperoleh melalui data sekunder dengan mewawancarai marketing funding dan data internal Bank OCBC NISP divisi wealth management, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari kegiatan bauran promosi yang mencakup kegiatan periklanan, penjualan personal, dan publisitas terhadap jumlah investor produk reksa dana. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada Manager Investasi selaku pengelola produk dan salah satu APERD untuk produk reksa dana.

Kata kunci : bauran promosi, jumlah pelanggan, jumlah investor.