

ABSTRACT

BTN bank is one the government banks that experience the decline the accumulation the third party's fund and the customer to the saving's product. One of the efforts to increase the accumulation of this fund, then the bank carri out various promotion strategies by using elements of marketing mixture of the promotion.

Because of that must be carri out the research to know the influence of implementation of the marketing mixture of the promotion that is advertising, the promotion of the sale, public relations and publisitas, the agenda activity and the experience, the direct marketing and personal sale towards the decision saved. In this case that became respondent is the bank's customer personally, where the variable X is elements of the mixture of marketing communication and Y is the decision saved. This research is the kind and verification of the description research with path anlysis. Is bas on results of the research of the testing, the respondent gave positive respond and the sale personally that his influence s very significant towards the decision save in the BTN bank.

Keyword : BTN Bank, Marketing Mix, X : Marketing mixture of the promotion,
Y : The decision save in the BTN Bank



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Bank Tabungan Negara (BTN) merupakan salah satu bank pemerintah yang mengalami penurunan penghimpunan dana pihak ketiga dan nasabah pada produk tabungan. Salah satu upaya untuk meningkatkan penghimpunan dana tersebut, maka Bank Tabungan Negara melakukan berbagai strategi promosi dengan menggunakan unsur-unsur bauran komunikasi pemasaran promosi.

Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan unsur-unsur bauran komunikasi pemasaran promosi yaitu *periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, kegiatan acara dan pengalaman, pemasaran langsung dan penjualan pribadi* terhadap keputusan menabung. Dalam hal ini yang menjadi responden adalah nasabah Bank Tabungan Negara itu sendiri, dimana variable X adalah unsur-unsur bauran pemasaran dan Y adalah keputusan menabung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan path analysis. Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian, responden memberikan tanggapan yang positif dan penjualan secara pribadi yang pengaruhnya sangat signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Tabungan Negara Cabang Bandung.

Kata Kunci : BTN, Bauran Pemasaran, X : Unsur-unsur bauran pemasaran (Promosi),
Y : Keputusan Menabung

UNIVERSITAS
MERCU BUANA