ABSTRAK

Pengaruh *Promotion Mix* Terhadap Keputusan Menabung Ulang Nasabah di BRI Syariah Kota Padang

Oleh : Alina Winanda Putri/2012

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh periklanan, tenaga penjualan, pemasaran langsung, promosi penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan menabung ulang nasabah di BRI Syariah Kota Padang

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Padang, pada BRI Syariah Kota Padang pada tahun 2011 dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan BRI Syariah Kota Padang. Sampel diambil dengan *Accidental Sampling* dengan meggunakan rumus *Cochran*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan angket. Untuk melihat pengaruh *Promotion Mix* terhadap keputusan menabung ulang nasabah di BRI Syariah Kota Padang digunakan analisis jalur *(Path Analysis)* dengan menggunakan program SPSS versi 15.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) periklanan, tenaga penjualan dan pemasaran langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung ulang nasabah di BRI Syariah Kota Padang (2) promosi penjualan berpengaruh langsung sebesar 7,08% dan pengaruh tidak langsung sebesar 1,76%, (3) hubungan masyarakat berpengaruh langsung sebesar 6,05% dan pengaruh tidak langsung sebesar 1,76%.

Berdasarkan hasil penelitian disarankan agar BRI Syariah meninjau kembali promosi penjualan dengan meningkatkan *value* hadiah langsung serta memberikan informasi yang jelas tentang pelaksanaan undian hujan emas BRI Syariah. Mengevaluasi program hubungan masyarakat yang sudah dijalankan agar dapat merancang event yang lebih menarik, jadwal lebih tepat serta tepat lokasi.