

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA PT BANK LAMPUNG KANTOR CABANG UTAMA**

**Oleh :**

**Artenza Olga Suprayogi**

PT Bank Lampung merupakan Bank Pembangunan Daerah Lampung yang didirikan dengan maksud mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. PT Bank Lampung memiliki salah satu produk tabungan yaitu tabungan siger mas. PT Bank Lampung Kantor Cabang Utama berupaya mempromosikan produk tabungan siger mas melalui kegiatan bauran promosi. Kegiatan bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, dan publisitas dilakukan bertujuan agar jumlah nasabah serta nominal tabungan meningkat.

Masalah yang dihadapi PT Bank Lampung Kantor Cabang Utama ialah upaya bauran promosi yang dilakukan ternyata tidak selalu memberikan peningkatan nilai transaksi, pada tahun 2013 jumlah nominal tabungan berfluktuasi dan pada bulan Desember 2013 terjadi penurunan nilai transaksi sebesar 40,46%. Permasalahan yang terjadi adalah apakah bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, dan publisitas berpengaruh terhadap keputusan menabung pada PT Bank Lampung Kantor Cabang Utama.

Hipotesis penelitian ini adalah bauran promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada PT Bank Lampung Kantor Cabang Utama.

Berdasarkan hasil pembahasan, hipotesis yang dirumuskan dapat diterima. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian analisis determinasi yang menunjukkan pengaruh bauran promosi terhadap keputusan menabung berdasarkan koefisien determinasi sebesar  $R^2 = 0.582$ . Hal ini berarti sumbangan variabel X (bauran promosi) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y (Keputusan menabung) sebesar 58,2% dan sisanya 41,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan uji parsial untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap keputusan menabung pada PT Bank Lampung Kantor Cabang Utama digunakan uji t. Berdasarkan hasil perhitungan nilai masing-masing dapat dilihat dari hasil bahwa setiap variabel bebas mempunyai hasil uji  $t > t$  tabel. Hal ini berarti masing-masing variabel bebas mempengaruhi keputusan menabung pada PT Bank Lampung Kantor Cabang Utama.

Kata Kunci : Keputusan menabung, Periklanan, Promosi Penjualan, Publisitas