

ABSTRAK

SARTYKA IRENE, Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mestika Dharma Medan. Adapun Dosen Pembimbing I adalah Amrin Mulia U, SE, Msi dan Dosen Pembimbing II adalah Isnaniah LKS, SE, MAB.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Mestika Dharma Medan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif, jenis data adalah data primer yaitu dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder yaitu diperoleh melalui studi dokumentasi dengan mempelajari berbagai tulisan, majalah, informasi perusahaan, maupun dari internet yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan skala likert dari angket kuesioner.

Penulis telah melakukan analisis tentang pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*), dan kesimpulan dari hasil penelitian yaitu bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Mestika Dharma Medan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran dan Kepuasan Nasabah