

ABSTRAK

JEFRY HENDRIKO SILAEN, Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Kaptan Muslim Medan. Adapun Dosen Pembimbing I adalah Amrin Mulia U, SE, Msi dan Dosen Pembimbing II adalah H. Syahriandy, SE, Msi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Kaptan Muslim 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 Mandiri (Persero), Tbk Cabang Kaptan Muslim Medan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), Pemasaran dan Kepuasan Nasabah