

RINGKASAN

Berliana Manurung

Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Sunggal Medan

Drs. Muislitt Wijaya, MSI Sebagai Pembimbing I
Ihsan Effendi, SE, MSi Sebagai Pembimbing II.

PT. BRI (Persero), Tbk Kantor Cabang Pembantu Sunggal Medan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan, oleh sebab itu sangat dibutuhkan adanya pelayanan yang berkualitas dalam kegiatannya. Selain hal tersebut, dengan semakin banyaknya kompetitor dalam bidang usaha yang sama dengan berbagai kelebihan yang dimiliki, maka perusahaan diharuskan untuk melakukan upaya promosi sebagai media untuk mengenalkan kepada publik akan kelebihan layanan dan keuntungan jika menjadi nasabah di perusahaan. Penulis merasa tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang pengaruh kedua aspek tersebut. Dari alasan tersebut penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu "Seberapa Besar Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Menjadi Nasabah di PT. BRI (Persero), Tbk Kantor Cabang Pembantu Sunggal Medan".

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan pelayanan serta korelasinya terhadap minat konsumen untuk menjadi nasabah di PT. BRI (Persero), Tbk Kantor Cabang Pembantu Sunggal Medan dan untuk mengetahui bagaimana promosi dan pelayanan yang dilakukan di perusahaan didalam rangka meningkatkan minat konsumen untuk menjadi nasabah di Perusahaan. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan pengetahuan secara praktis dengan metode dan prosedur ilmiah.

Dari hasil perhitungan statistik, dengan analisis korelasi diperoleh nilai R_{xy} sebesar 0,856 dengan $n = 30$ maka R_{tabel} pada taraf kritik 5% = 0,361, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara pelayanan dan promosi secara serempak dengan minat konsumen, untuk menjadi nasabah di PT. BRI (Persero), Tbk Kantor Cabang Pembantu Sunggal Medan.

Dari hasil Uji F terhadap signifikansi dari koefisien korelasi diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 36,87. Dengan nilai pembanding F_{tabel} pada $dk (n.k-1) = 28$ sebesar 3,44 pada taraf 5% maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan promosi secara signifikan mempengaruhi minat konsumen untuk menjadi nasabah di PT. BRI (Persero), Tbk Kantor Cabang Pembantu Sunggal Medan.

Kata Kunci: Promosi, Pelayanan, Nasabah