

ABSTRAK

Bank Bjb KCP Terusan Kopo telah berusaha untuk meningkatkan penjualan dari produk KGB dari nasabahnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran yang terdiri dari *people, physical evidence, dan process* dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk KGB Bank Bjb KCP Terusan Kopo. Penelitian ini menganalisis mengenai keputusan pembelian pembelian produk KGB Bank BJB KCP Terusan Kopo Bandung dilihat dari Bauran Pemasaran Jasa. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (X) (*independent variable*) yaitu Bauran Pemasaran Jasa pada variabel *People, Physical Evidence, dan process* masalah penelitian yang merupakan variabel terikat (Y) (*dependent variable*) yaitu Keputusan Pembelian yang memiliki dimensi *Pre Purchase, Purchase, Post Purchase, Dengan uji Hipotesis :Uji T* untuk uji pengaruh parsial, Koefisien Determinasi, Koefisien Korelasi, dengan sebaran sampel 125. Hasil Penelitian Pengaruh *people, physical evidence, dan process* serta pengaruhnya positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk KGB Bank Bjb KCP Terusan Kopo , artinya semakin baik nilai dari *people, physical evidence, dan process* yang diterapkan oleh Bank Bjb KCP Terusan Kopo, maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada produk KGB.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, People, Physical Evidence, dan Process

ABSTRACT

Bank bjb kcp terusan kopo had worked to boost sales of the kgb of customers. The purpose of this research is to understand the implementation of the hotchpotch marketing consisting of people, physical evidence, and process and its effect of the decision the purchase by products kgb bank bjb kcp terusan kopo. This research analyze on a decree the purchase of the purchase of products kgb bank bjb kcp terusan kopo bandung seen from hotchpotch pemasaran services. As for who are the objects of research as variable free (x) (independent variable) the marketing mix to variable people, physical evidence, and process problems research is the variable bound (y) (dependent variable) the decision of dimension pre purchase, purchase, post purchase, by test hypothesis: test t to test the influence of partial, the coefficients determination, a correlation coefficient, with to scatter sample 125. The results of the study the influence of variable people , physical evidence , and process these common influence positive and significant of the decision of the purchase by the KGB product bank bjb kcp terusan kopo, this means that can get better and better the value of variable people , physical evidence, and process these common applied by a bank bjb kcp terusan kopo, the more one is higher the the level of a decision which was made the purchase by the KGB product.

Keyword : Marketing Mix, People, Physical Evidence, and Process