

ABSTRACT

The development of the global economy has entered the modern era encourage various forms of financial business to grow rapidly. People are faced with various options on how to invest funds held in order to deliver optimal results. This study examines factors that affect the public interest in the investment itself. The factors chosen are a marketing mix, corporate image and competence of salesperson. Research conducted on one investment company that specializes in futures trading, PT Central Capital Futures Bandung Branch. The purpose of this study was (1) to describe the marketing mix, corporate image, competence of salesperson, as well as investment interest in PT Central Capital Futures according to potential investors; (2) to determine how much the influence of marketing mix, corporate image and competence of salesperson to investment interest in PT Central Capital Futures by partial or simultaneous. The research was conducted by taking a sample of accidental potential investors who were offered products. The number of respondents were 150 respondents. Method of this research is regression analysis with SPSS 17 program. From the three factors that affect investment interest, marketing mix has a significant effect of 55.8% with a positive direction, corporate image did not obtain significant results but affects only 1% with a positive direction, and competence of salesperson showed results of 13% with a positive direction but also not significant. Meanwhile, the simultaneous results of the study indicate that all of marketing mix, corporate image and competence of salesperson affect investment interest of 39.8% with a positive direction.

Keyword: Marketing, Marketing Mix, Corporate Image, Competence of Salesperson, Investment Interest

ABSTRAK

Perkembangan dunia perekonomian yang telah memasuki era modern mendorong berbagai bentuk bisnis finansial untuk berkembang pesat. Masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan mengenai cara menginvestasikan dana yang dimiliki agar dapat memberikan hasil yang optimal. Penelitian ini meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi itu sendiri. Faktor yang dipilih adalah bauran pemasaran, citra perusahaan, dan kompetensi tenaga pemasaran. Penelitian dilakukan terhadap salah satu perusahaan investasi yang bergerak dalam bidang perdagangan berjangka, PT Central Capital Futures Cabang Bandung. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui gambaran bauran pemasaran, citra perusahaan, kompetensi tenaga pemasaran, serta minat investasi pada PT Central Capital Futures menurut penilaian calon investor; (2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran, citra perusahaan, dan kompetensi tenaga pemasaran terhadap minat calon investor PT Central Capital Futures secara satu persatu dan secara bersama-sama. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel aksidental dari para calon investor yang sedang ditawarkan produk. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan bantuan program SPSS 17. Dari ketiga faktor yang mempengaruhi minat, bauran pemasaran memiliki pengaruh signifikan sebesar 55,8% dengan arah positif, citra perusahaan tidak memperoleh hasil yang signifikan melainkan hanya berpengaruh 1% dengan arah positif, dan kompetensi tenaga pemasaran menunjukkan hasil 13% dengan arah positif namun juga tidak signifikan. Sementara itu, hasil penelitian secara bersamaan menunjukkan bahwa bauran pemasaran, citra perusahaan, dan kompetensi tenaga pemasaran mempengaruhi minat investasi sebanyak 39,8% dengan arah yang positif.

Keyword: Pemasaran, Bauran Pemasaran, Citra Perusahaan, Kompetensi Tenaga Pemasaran, Minat Investasi