

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Tabungan Terhadap Keputusan Menabung pada Bank BRI Kendal, Jawa Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner (primer) yang diberikan kepada 101 nasabah tabungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bauran Pemasaran Jasa Tabungan yang terdiri dari produk, promosi, lokasi, proses, bukti fisik, karyawan dan harga berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap keputusan menabung.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa Tabungan ,produk, promosi, lokasi, proses, bukti fisik, karyawan, harga, keputusan menabung