

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE MARKETING MIX*  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM KREDIT  
PEMILIKAN RUMAH PADA BANK NAGARI  
CABANG UTAMA PADANG**

**TESIS**

Disusun dan Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Mencapai  
Derajat Sarjana Strata-2 Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Andalas



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2017**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service marketing mix* terhadap keputusan nasabah dalam kredit pemilikan rumah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini adalah untuk memperkuat argumen dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan yang akan dijelaskan dalam analisis kuantitatif . Berdasarkan pengumpulan kuesioner yang telah disebarluaskan dan diisi oleh 165 orang nasabah kredit pemilikan rumah Pada Bank Nagari Cabang Utama Padang didapat data yang dianalisis secara statistik menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Physical Evidence* dengan Keputusan Nasabah Dalam Kredit Pemilikan Rumah Pada Bank Nagari Cabang Utama Padang.

Kata Kunci : *Service Marketing Mix*, antara Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Physical Evidence* dan Keputusan Nasabah



## ABSTRACT

The research in destination to analysis of the effect *service marketing mix* on customer decisions in home ownership loans at Bank Nagari Main Branch Padang. In this study using descriptive analysis. This analysis is to strengthen the argument and logic in answering and implementing the allegations that will be explained in a quantitative analysis based on the collection of questionnaires that have been submitted and filled in by 165 home loan customers at Bank Nagari Main Branch Padang then this data is analyzed statistically using the SPSS application. The results showed that there was a positive and significant influence between Products, Prices, Places, Promotions, Employees, Processes, Physical Evidence and Customer Decisions in Home Ownership Loans at Bank Nagari Main Branch Padang.

**Keywords:** Service Marketing Mix, between Products, Prices, Places, Promotions, Employees, Processes, Physical Evidence of Customer Decisions

