

**PENGARUH LOKASI DAN BAURAN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH  
PADA BANK BJB KCP CICAHEUM**

Oleh  
**Ajeng Rohayanti**  
**A10140046**

Pembimbing  
**Dr. Herry Achmad Buchory, SE., M.M.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan bauran produk terhadap keputusan menjadi nasabah Bank bjb KCP Cicaheum.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah tabungan Bank bjb KCP Cicaheum. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden nasabah tabungan Bank bjb KCP Cicaheum dengan tehnik *probability sampling*. Rancangan pengujian hipotesis menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolonieritas, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji  $T_{test}$ , uji  $F_{test}$ , serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan koefisien korelasi.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan hubungan yang kuat antara lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah. Keterlibatan bauran produk sebesar 6,47% yang menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel buran produk terhadap keputusan menjadi nasabah. Sehingga berpengaruh secara parsial dan simultan dengan koefisien determinasi sebesar 47,4% sedangkan sisanya sebesar 52,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci: Lokasi ; Bauran Produk**

**THE INFLUENCE OF THE LOCATION AND PRODUCTS MIX  
ON DECISION TO BECOME CUSTOMER  
AT BANK BJB KCP CICAHEUM**

By:  
**Ajeng Rohayanti**  
**A10140046**

Advisor  
**Dr. Herry Achmad Buchory, SE., MM**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the location and product mix to the decision to become customers of Bank bjb KCP Cicaheum.*

*The research method used is descriptive and verifikatif method. The data was collected through questionnaires distributed to BJB KCP Cicaheum's savings bank customers. Samples taken as many as 100 respondents of bank savings customers bjb KCP Cicaheum with probability sampling technique. The design of hypothesis testing using normality test, heteroskedastisitas test, autocorrelation test, and multicollinearity test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing through Ttest test, Ftest test, and coefficient of determination (R<sup>2</sup>) and correlation coefficient.*

*The results obtained show a strong relationship between the location to the decision to become a customer. Product mix design is 6.47% which shows a strong relationship between product mix variables and the decision to become a customer. Partial and simultaneous measurement with a determination coefficient of 47.4% while the remaining amount is 52.6% by other factors not examined.*

**Keywords: Location ; Product mix**