



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH MITRA PROTEKSI MANDIRI PADA
PT. AJB BUMIPUTERA CABANG PONTIANAK**

Saiful Ulum (NIM 121310047)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Pontianak

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah memilih Asuransi Mitra Proteksi Mandiri pada PT. AJB Bumiputera Pontianak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Tahun 2015 yang memilih asuransi Mitra Proteksi Mandiri, dengan sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana.

Hasil dalam penelitian ini adalah: (1) berdasarkan Uji Koefisien Korelasi (r) menyatakan bahwa bauran pemasaran memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan nasabah memilih produk Mitra Proteksi Mandiri pada Asuransi Bumiputra, Pontianak, dan (2) berdasarkan Uji Kelayakan Model menyatakan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk Mitra Proteksi Mandiri pada Asuransi Bumiputra Pontianak.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Nasabah, dan Mitra Proteksi Mandiri.