

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor bauran pemasaran 7p yaitu, produk, harga, tempat, promosi, karyawan, proses dan bukti fisik terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pada BUMDES Dana Asri Sejahtera, Desa Wonoasri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember, nasabah BUMDES Dana Asri Sejahtera, Desa Wonoasri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Data primer di ambil dengan *indepth interview* dan penyebaran kuesioner kepada BUMDES Dana Asri Sejahtera, Desa Wonoasri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 84 responden. Data lainnya didapatkan dengan cara melalui studi lapangan dan studi referensi pustaka . metode yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa keputusan untuk menjadi nasabah pada BUMDES Dana Asri Sejahtera, Desa Wonoasri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember, dipengaruhi oleh 4 variabel yaitu, produk, harga, promosi, karyawan dan proses, sedangkan dua variabel lainnya yaitu tempat dan bukti fisik dinyatakan tidak berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pada BUMDES Dana Asri Sejahtera, Desa Wonoasri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember.

Kata kunci : Bauruan pemasaran 7p, keputusan menjadi nasabah, BUMDES

ABSTRACT

This study purposed to analyze the 7p marketing mix factors, that called, product, price, place, promotion, employees, processes and physical evidence of the decision to become a customer at BUMDES Dana Asri Sejahtera, Wonoasri Village, Tempurejo District, Jember Regency,. This research is a descriptive quantitative research. Primary data were collected by in-depth interviews and questionnaires distributed to BUMDES Dana Asri Sejahtera, Wonoasri Village, Tempurejo District, Jember Regency's customers. The sampling technique used purposive sampling with a sample is 84 respondents. Other data is collected by field studies and literature reference studies, the method used is multiple linear regression. The results of the study state that the decision to become a customer at BUMDES Dana Asri Sejahtera, Wonoasri Village, Tempurejo District, Jember Regency, is influenced by 4 variables, namely, product, price, promotion, employees and processes, while the other two variables, namely place and physical evidence, have no effect on decision to become a customer at BUMDES Dana Asri Sejahtera, Wonoasri Village, Tempurejo District, Jember Regency.

Keyword : *7p marketing mix, customers decision, BUMDES*