**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL............................................................................... i

ABSTRAK............................................................................... ii

MOTTO............................................................................... iv

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN................................. v

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING......................... vi

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN............................. vii

BIOGRAFI................................................................................... viii

KATA PENGANTAR ................................. ix

DAFTAR ISI................................. xi

DAFTAR TABEL................................. xiv

DAFTAR GAMBAR................................. xv

DAFTAR LAMPIRAN................................. xvi

**BAB I PENDAHULUAN** 1

1.1 Latar belakang 1

 1.2 Identifikasi Masalah 6

 1.3 Perumusan Masalah 6

 1.4 Tujuan dan Manfaat 7

**BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS** 9

 2.1 Landasan Teori Promosi 9

 2.1.1 Pengertian Promosi 9

 2.1.2 Tujuan Promosi 10

 2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Bauran Promosi 11

 2.1.4 Indikator Promosi 12

 2.2 Landasan Teori Keputusan Menabung 12

 2.2.1 Pengertian Keputusan Menabung 12

 2.2.2 Indikator Keputusan Nasabah 13

 2.3 Pengertian Bank 14

 2.4 Kerangka Teoritik 14

 2.5 Hasil Penelitian yang Relevan 15

 2.6 Alur Pikir 19

 2.7 Hipotesis 20

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN** 21

 3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian 21

 3.2 Metode dan Jenis Penelitian 21

 3.2.1 Metode Penelitian 21

 3.2.2 Jenis Penelitian 22

 3.3 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data 23

 3.3.1 Jenis Data 23

 3.3.2 Metode Pengumpulan Data 24

 3.4 Populasi dan Sampel 24

 3.5. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran 25

 3.5.1 Definisi Operasional Variabel Promosi 25

 3.5.2 Definisi Operasional Variabel Keputusan Nasabah 26

 3.5.3 Pengukuran Variabel 27

 3.6. Analisis Data 28

 3.6.1 Statistik Deskriptif 28

 3.6.2 Total Skor 29

 3.6.3 Pengukuran Validitas dan Reabilitas 29

 3.6.4 Analisis Korelasi 31

 3.6.5 Analisis Regresi Linear Sederhana 32

 3.6.6 Pengujian Hipotesis 33

**BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN** 34

 4.1 Sejarah Umum Perusahaan 34

 4.2 Visi dan Misi 35

 4.3 Sumber Daya Perusahaan 36

 4.4 Organisasi Perusahaan 39

**BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN** 49

 5.1 Hasil Analisis 49

 5.1.1 Deskripsi Responden 49

 5.1.2 Hasil Analisis Deskriptif Statistik 52

 5.1.3 Total Skor Promosi dan Keputusan Nasabah 54

 5.1.4 Uji Validitas dan Realibilitas 56

 5.1.5 Hasil Regresi dan Korelasi 59

 5.1.6 Analisis Grafik 63

5.1.7 Pengujian Hipotesis Uji t 65

 5.2 Pembahasan 67

 5.2.1 Kegiatan Promosi yang dilakukan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk, Unit Sam Ratulangi Manado? 67

 5.2.2 Faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat Nasabah dalam Menabung Tabungan Britama pada PT Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk, Unit Sam Ratulangi Manado? 69

 5.2.3 Apakah Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Nasabah menabung Tabungan Britama Pada PT Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk, Unit Sam Ratulangi Manado? 71

 5.3 Implementasi 72

**BAB VI PENUTUP** 75

 6.1 Kesimpulan 75

 6.2 Saran 76

**DAFTAR PUSTAKA** 77

**LAMPIRAN**