

## ABSTRAK

Perkembangan perekonomian suatu negara dipengaruhi oleh kondisi industri pendukung, salah satu industri pendukung yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu negara adalah industri perbankan. Bank X adalah salah satu Bank yang ada di Bandung yang termasuk Bank Umum Persero, dengan adanya Bank X masyarakat terbantu dalam transaksi keuangan. Banyaknya jumlah industri perbankan yang didirikan di negara Indonesia, membuat persaingan di industri perbankan sangat ketat. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan keinginan nasabah, salah satu dari industri Bank X mengeluarkan produk kredit fleksi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam keperluan konsumtif. Bank X mempunyai jenis produk kredit fleksi yaitu konsumtif, Dalam 3 tahun terakhir ini produk kredit fleksi Bank X mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2016 target kredit fleksi pada bank X hanya mencapai 68,65%, di tahun 2017 mengalami kenaikan dengan 112,07%, dan ditahun 2018 mengalami penurunan menjadi 86,89%.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan bauran pemasaran kredit fleksi, menilai variabel bauran pemasaran dengan tujuh sub variabel yaitu, produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses dilihat dari persepsi nasabah dengan metode kombinasi *sequential exploratory*. Sampling pada penelitian ini adalah *probability Sampling* menggunakan sampling simple random.

Hasil dari penelitian ini memiliki nilai dari setiap sub variabel bauran pemasaran dengan nilai persentase produk 87,19%, Harga 82,46%, Tempat 81,40%, Promosi 74,03%, Orang 86, 49%, Bukti Fisik 81,75%, dan Proses 91,78%. Besarnya persentase rata-rata pada variabel bauran pemasaran yaitu sebesar 83,58% dengan kesimpulan bahwa bauran pemasaran kredit fleksi pada Bank X Cabang Perintis Kemerdekaan sudah baik dimata nasabah.

**Kata Kunci:** Kredit Fleksi, Bauran Pemasaran, Metode Kombinasi