

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kepercayaan, promosi, dan persepsi risiko terhadap minat nasabah pensiunan dalam menggunakan produk kredit pensiun pada Bank Mandiri Taspen Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pensiunan pada Bank Mandiri Taspen Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan, kepercayaan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pensiunan. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah pensiunan. Secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk kredit pensiun.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Kepercayaan, Promosi, Persepsi Risiko, Minat Nasabah