

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK SUMUT

Berliana Juniscahyanti Zebua

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk analisis bagaimana dampak promosi, mutu layanan, serta mutu produk pada pilihan menabung di Bank Sumut. Menurunnya tingkat nasabah disebabkan promosi, mutu layanan, serta mutu produk yang belum sesuai. Populasi 170, serta 119 sampel karyawan. Metode penelitian memakai analisis regresi linear berganda. Hasilnya hipotesis secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,791 > 1,980$ serta nilai signifikan $0,016 < 0,05$, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,301 > 1,980$ serta nilai signifikan $0,021 < 0,05$, serta $t_{hitung} > t_{tabel}$ $4,931 > 1,980$ serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$. nilai $F_{hitung} (10,014) > F_{tabel} (2,45)$ serta probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai *Adjusted R²* 0,476. Artinya 47,6% dari variasi variabel terikat yakni pilihan menabung yang mampu dijabarkan variasi variabel bebas yakni bebas promosi, mutu layanan, serta mutu produk, sisanya 52,4% dijabarkan variabel lain yang tidak diteliti, yakni harga, kesadaraan merek, dan lainnya. Kesimpulannya yakni secara parsial promosi, mutu layanan, serta mutu produk berdampak positif serta signifikan pada pilihan menabung di Bank Sumut. Secara simultan promosi, mutu layanan, serta mutu produk berdampak positif serta signifikan pada pilihan menabung di Bank Sumut.

Kata kunci:Promosi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Menabung