

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *SALES PROMOTION* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG
PADA PT BPR BANK KLATEN (PERSERODA)**

Intan Febria Hanifah

NIM. 141210300

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

E-mail: 141210300@student.upnyk.ac.id

Dosen Pembimbing:

Drs. H. Didit Herlianto, M.Si.

ABSTRAK

Bank Perekonomian Rakyat adalah sebuah layanan perbankan konvensional dengan cakupan terbatas dan fokus kepada masyarakat lokal. Bank Perekonomian Rakyat ini mempunyai permasalahan yaitu persaingan ketat dan perkembangan teknologi yang pesat, sehingga perlu beradaptasi agar bisa terus menarik nasabah untuk menabung di Bank Perekonomian Rakyat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, *Sales Promotion* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT BPR BANK KLATEN (PERSERODA). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling*. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 30. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Klaten terutama yang telah transaksi tabungan SIMBA dan SEMAR. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 172 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t menyatakan $0.001 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, *Sales Promotion*, dan Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung. Secara simultan faktor Kualitas Pelayanan, *Sales Promotion*, dan Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji F hitung yang memiliki hasil sebesar 126.058 dengan signifikansi sebesar < 0.001 . Sedangkan nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0.832 atau 83.2% selebihnya 16,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Sales Promotion*, Kepercayaan, Keputusan nasabah menabung