

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan yaitu mengetahui “Pengaruh promosi dan Kepercayaan Nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR Mikro dengan Minat Nasabah sebagai variabel Intervening pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tugumulyo”. Metode pada penelitian yakni metode kuantitatif dengan jenis datanya melalui data Primer. Dimana datanya dikumpulkan dengan kuesioner yang memakai skala likert serta sampelnya sejumlah 100 responden nasabah pembiayaan KUR dengan diperoleh melalui teknik Purposive sampling. Adapun analisis data yang dipakai yaitu analisis pengujian asumsi klasik, hipotesis serta analisis jalur. Untuk mengolah data menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, indikator-indikator dalam penelitian ini semuanya valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada uji asumsi klasik, model regresi yang digunakan tidak terjadi multikolenieritas, dan juga tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga layak digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel promosi, kepercayaan nasabah, terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan KUR. Namun dengan ada variabel intervening yaitu Minat Nasabah (Z) dapat memediasi atau mempengaruhi secara tidak langsung antara variabel promosi (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR (Y).

Kata kunci: Promosi, Kepercayaan Nasabah, Minat, Keputusan, dan Pembiayaan KUR.