

ABSTRAK

Secara garis besar tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran dan daya tarik produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan easy wadiah di BSI KC Palembang Sudirman. Metode menggunakan penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan sumber data primer. Penentuan jumlah sampel dengan rumus slovin yaitu menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu nasabah tabungan easy wadiah di BSI KC Palembang Sudirman. Analisis yang digunakan adalah uji instrument (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t parsial, uji f simultan, dan uji koefisien determinasi R^2), dengan menggunakan bantuan SPSS versi 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis uji t strategi pemasaran tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah sedangkan daya tarik produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Sedangkan pada analisis uji f yang dilakukan pada variabel independen strategi pemasaran dan daya tarik produk terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan wadiah ditemukan bahwa, kedua variabel memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan easy wadiah. Dimana nilai R^2 yang didapatkan sebesar 0,383 atau 38,3 %, hal tersebut menunjukkan besarnya kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini sebesar 38,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Daya Tarik Produk, Keputusan Nasabah.*