

## ABSTRAK

**Fadillah Nur Rizky**, 2023. Pengaruh *Triangle Marketing* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang. **Skripsi**. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang. Pembimbing I Iceu Sri Gustiana, SS., M.M, Pembimbing II Rachmania, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *Internal Marketing*, *Eksternal Marketing*, *Interactive Marketing* atau *Triangle Marketing* terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner pada responden. Hasil penelitian diolah dengan menggunakan program SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Internal Marketing* (X1)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,712 > 1,984$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung, *Eksternal Marketing* (X2)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,636 > 1,984$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung, *Interactive Marketing* (X3)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,945 > 1,984$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa seluruh variabel *Internal Marketing* (X1), *Eksternal Marketing* (X2) dan *Interactive Marketing* (X3) atau *Triangle Marketing*, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.

Kata Kunci : *Triangle Marketing*, *Internal Marketing*, *Eksternal Marketing*, *Interactive Marketing*, Keputusan nasabah menabung.