

ABSTRAK

Persaingan yang muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran-pemikiran baru yang dapat membangun produk atau jasa yang memberikan nilai lebih terhadap pelanggan, supaya tidak tergeser oleh pesaing bank lainnya. Dengan semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan, maka setiap bank harus memiliki cara untuk memperoleh dana pihak ketiga dengan berbiaya murah yang memiliki kontribusi yang cukup besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, *brand image* dan *word of mouth* terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat KCU Palembang.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis data primer yaitu melalui penyebaran kuisisioner (pernyataan) yang disebarakan kepada 150 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Accidental Sampling*. Teknik analisa data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui analisis path diagram.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung, dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat KCU Palembang.

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, *Brand Image*, *Word Of Mouth*, dan Keputusan Nasabah Menabung.

ABSTRACT

The competition that emerges in the business world encourages the emergence of new ideas that can build products of services that provide more value to customers, so that they are not displaced by other bank competitors. With increasingly tight competition in the banking world, every bank must have a way to obtain third party funds at low cost which has a sizable contribution. This research aims to determine the influence of product knowledge, brand image and word of mouth on customers decisions to save at Bank Muamalat KCU Palembang.

This research uses quantitative research with primary data, namely through the distribution of questionnaires (statements) distributed to 150 respondents. The research uses the sampling technique Accidental Sampling. The data analysis technique uses Structural Equation Modeling (SEM) through path diagram analysis.

The results of this research prove that product knowledge influences customers savings decisions, brand image influences customers savings decisions, and word of mouth influences customers savings decisions at Bank Muamalat KCU Palembang.

Keywords : *Product Knowledge, Brand Image, Word Of Mouth, and Customer Savings Decisions.*