ABSTRAK

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasannya dan juga didasarkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini bahwa : Komunikasi Pemasaran tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan nasabah memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Artinya komunikasi pemasaran tidak menjadi salah satu faktor utama yang secara langsung dapat mempengaruhi nasabah memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran.Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Artinya kualitas produk yang baik menjadi salah satu faktor utama yang secara langsung dapat mempengaruhi nasabah memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran.Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Artinya dari kepercayaan maka nasabah akan mengambil keputusan untuk menabung Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran.Komunikasi pemasaran berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Artinya komunikasi pemasaran yang baik akan menimbulkan kepercayaan nasabah memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Artinya kualitas produk yang bagus sesuai dengan keinginan nasabah akan menimbulkan rasa kepercayaan nasabah untuk memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan dimediasi oleh kepercayaan sebagai variabel intervening. Artinya dari komunikasi pemasaran yang baik serta sesuai dengan yang ada pada produk yang dipasarkan akan menimbulkan rasa kepercayaan nasabah untuk memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan dimediasi oleh kepercayaan sebagai variabel intervening. Artinya kualitas produk yang bagus dan sesuai akan menimbulkan kepercayaan sehingga nasabah mengambil keputusan untuk memilih menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Kualitas Produk, Kepercayaan, Keputusan Nasabah dan Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

Based on the results of the research and its discussion and also based on the previous chapters, it can be concluded in this research that: Marketing Communication has no direct influence on customers' decisions to choose to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. This means that marketing communications is not one of the main factors that can directly influence customers choosing to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Product quality has a positive influence on customers' decisions to choose to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. This means that good product quality is one of the main factors that can directly influence customers choosing to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Trust has a positive and significant influence on customers' decisions to choose to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. This means that from trust, customers will make the decision to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Marketing communication has a positive effect on trust. This means that good marketing communication will increase customer confidence in choosing to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Product quality has a positive effect on trust. This means that good product quality in accordance with customer wishes will create a sense of trust in customers to choose to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Marketing communication has a positive and significant effect on customer decisions mediated by trust as an intervening variable. This means that good marketing communications that are in accordance with the products being marketed will create a sense of trust in customers to choose to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran. Product quality has a positive and significant effect on customer decisions, mediated by trust as an intervening variable. This means that good and appropriate product quality will create trust so that customers make the decision to choose to save at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Veteran.
Keywords : Marketing Communications, Product Quality, Trust, Customer Decisions and Indonesian Sharia Banks.