

ABSTRAK

Akmalul Ahsin. NIM. 1620210224. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan *Relationship Marketing* terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada BTH Amanah Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus. Mengkaji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus. Mengkaji secara empiris pengaruh *relationship marketing* terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan, tergantung dari sumber data atau informasi yang diperoleh melalui kegiatan penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini merupakan nasabah BTH Amanah Kudus yang berjumlah 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket/kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas instrumen, uji reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, analisis deskriptif dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t parsial, koefisien determinasi, uji statistik F dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus. Berdasarkan nilai demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($6,234 > 1,98580$). Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus. Berdasarkan nilai demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,228 > 1,98580$). Terdapat pengaruh *relationship marketing* terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus. Berdasarkan nilai demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,749 > 1,98580$).

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, *Relationship Marketing* dan Keputusan Menabung Nasabah