

ABSTRAK

Produk tabungan merupakan produk yang dikeluarkan oleh bank untuk nasabah yang akan dijadikan sebagai pertimbangan atau pilihan yang dapat dimanfaatkan oleh nasabah sesuai kebutuhan yang ada. Lokasi merupakan saluran distribusi yang digunakan untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen, dalam bauran pemasaran lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian. Dan hubungan masyarakat merupakan komunikasi, pemikiran, dan perencanaan untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publik. Sedangkan keputusan menabung merupakan tahapan proses dimana pada akhirnya konsumen membeli suatu produk barang atau jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris mengenai pengaruh produk tabungan, lokasi, dan hubungan masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah baik secara individu ataupun bersama sama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini menggunakan *field research*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *incidental sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sejumlah 98 orang anggota penabung. Metode analisis data dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pertama, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara produk tabungan (X_1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Kedua, terdapat pengaruh lokasi (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Ketiga, terdapat pengaruh hubungan masyarakat (X_3) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Keempat, produk tabungan (X_1), lokasi (X_2) dan hubungan masyarakat (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).

Kata Kunci : *Produk Tabungan, Lokasi, Hubungan Masyarakat, Keputusan Menjadi Nasabah.*