

**ABSTRAK****Putri Verasari, 1820310034, Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Islami, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Haji Dan Umrah Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus**

Perilaku pembelian seseorang terhadap suatu produk dipengaruhi banyak faktor. Tiap individu mempunyai keinginan dan selera yang berbeda-beda. Kualitas produk merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, selain itu masih banyak lagi faktor lain yang mempengaruhi perilaku pembelian tersebut.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan Islami, dan promosi terhadap keputusan penggunaan tabungan Haji dan Umrah pada nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Kudus. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 56 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Haji dan Umrah dengan jumlah nilai t hitung lebih besar nilai t tabel ( $2,670 > 2,007$ ). Pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Haji dan Umrah dengan jumlah nilai t hitung lebih besar nilai t tabel ( $2,150 > 2,007$ ). Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Haji dan Umrah dengan jumlah nilai t hitung lebih besar nilai t tabel ( $4,373 > 2,007$ ).

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan Islami, Promosi, dan Keputusan Penggunaan Tabungan**