

ABSTRAK

**PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PRODUK TERHADAP
KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI BANK MUAMALAT
KANTOR CABANG MEDAN BARU**

MELDA SARI

NPM: 71190215016

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1). pengaruh Promosi Digital terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Baru. 2). pengaruh Produk terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Baru. 3). pengaruh Promosi Digital dan Produk terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan. Penelitian ini merupakan penelitian *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Baru. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan *kuesioner* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi Sederhana. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Promosi digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Baru. 2). Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Baru. 3). promosi digital dan keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Baru.

Kata Kunci: Promosi Digital, Produk dan Keputusan Nasabah Menabung.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF DIGITAL AND PRODUCT PROMOTION ON
CUSTOMER SATISFACTION SAVING AT BANK MUAMALAT
MEDAN BARU BRANCH OFFICE**

MELDA SARI

NPM: 71190215016

This study aims to determine: 1). the influence of Digital Promotion on customers' decisions to save at Bank Muamalat Medan Baru Branch Office. 2). the influence of products on customers' decisions to save at Bank Muamalat Medan Baru Branch Office. 3). the influence of Digital and Product Promotions on customers' decisions to save at Bank Muamalat Medan Branch Office. This research is a survey research. The population in this study were customers of Bank Muamalat Medan Baru Branch Office. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 100 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is simple regression. The results of this study indicate that: 1). Digital promotions have a significant effect on customers' decisions to save at Bank Muamalat Medan Baru Branch Office. 2). Products have a significant effect on customers' decisions to save at Bank Muamalat Medan Baru Branch Office. 3). digital promotions and customer decisions to save at Bank Muamalat Medan Baru Branch Office.

Keywords: Digital Promotion, Products and Customers' Decisions to Save.