

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menabung Ulang Tabungan Sikoci di Bank Nagari Cabang Lubuk Basung**

**Oleh: Ahmad Iqraul Arifin**

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan *personal selling* terhadap keputusan nasabah menabung ulang tabungan Sikoci di Bank Nagari Cabang Lubuk Basung. Jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin sebanyak 100 orang dan dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang terpilih. Penelitian ini memiliki dua kategori variabel. Pertama adalah variabel eksogen, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan *personal selling*. Kedua variabel endogen, yaitu keputusan menabung ulang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif melalui analisis jalur.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa periklanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung ulang. Pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung ulang. Pengujian hipotesis ketiga ditemukan bahwa hubungan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung ulang. Pengujian hipotesis keempat ditemukan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung ulang tabungan Sikoci.