

ABSTRAK

Pengaruh Promosi Penjualan, Iklan, dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Menabung Bank Nagari Cabang Utama Padang

Oleh: Iqbal Septafahri

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Promosi Penjualan, Iklan, dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Menabung Calon Nasabah di Bank Nagari Cabang Utama Padang. Penelitian ini termasuk penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang belum membuka rekening pada Bank Nagari Cabang Utama Padang, namun memiliki informasi terkait Bank tersebut. Sampel diambil dengan teknik *Purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 200 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dengan analisis regresi logistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Promosi Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung calon nasabah di Bank Nagari Cabang Utama Padang dengan koefisien regresi sebesar 0.170, (2) Iklan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung calon nasabah di Bank Nagari Cabang Utama Padang dengan koefisien regresi sebesar 0.115, (3) *Personal Selling* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung calon nasabah di Bank Nagari Cabang Utama Padang dengan koefisien regresi sebesar 0.189.