

ABSTRAK

Pengaruh *Word of Mouth* dan Periklanan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang

Oleh: Melyawati Fitri

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* dan periklanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh calon nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang. Sampel yang digunakan sebanyak 150 orang responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden, sedangkan data sekunder berasal dari dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hipotesis diuji dengan uji t pada alpha 0,05.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang dengan besaran pengaruh sebesar 0,115 (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara periklanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang dengan besaran pengaruh sebesar 0,173.