

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI  
PT. BANK MANDIRI Tbk**

**(KCP JAKARTA PERMATA HIJAU)**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**OLEH:**

**NAMA : SUGIYA ELISKA**

**NIM : 04160503125049**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI  
PT. BANK MANDIRI Tbk**

**(KCP JAKARTA PERMATA HIJAU)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI & BISNIS**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**OLEH:**

**NAMA : SUGIYA ELISKA**

**NIM : 04160503125049**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

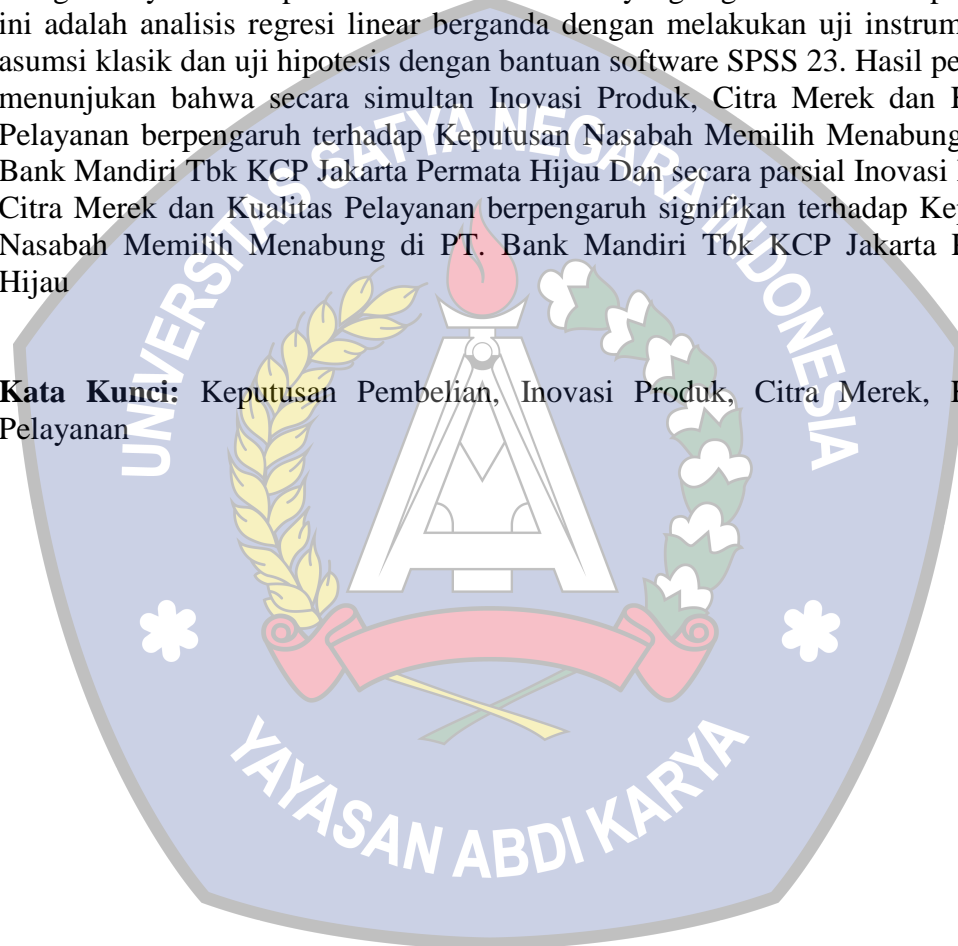
**JAKARTA**

**2021**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di PT. Bank Mandiri Tbk KCP Jakarta Permata Hijau. Penelitian ini merupakan penelitian kausal, populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang datang untuk pembukaan rekening tabungan sejumlah 130 nasabah. Teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan menggunakan rumus slovin sehingga menghasilkan 98 sampel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan software SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Inovasi Produk, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di PT. Bank Mandiri Tbk KCP Jakarta Permata Hijau Dan secara parsial Inovasi Produk, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di PT. Bank Mandiri Tbk KCP Jakarta Permata Hijau

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Inovasi Produk, Citra Merek, Kualitas Pelayanan



## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of product innovation, brand image and service quality on customer decisions to save at PT. Bank Mandiri Tbk KCP Jakarta Permata Hijau. This research is a causal research, the population in this study are customers who come to open savings accounts totaling 130 customers. The sampling technique is probability sampling and uses the Slovin formula to produce 98 samples. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis by performing instrument tests, classical assumption tests and hypothesis testing with the help of SPSS 23 software. The results show that simultaneously product innovation, brand image and service quality influence the customer's decision to save money. at PT. Bank Mandiri Tbk KCP Jakarta Permata Hijau And partially Product Innovation, Brand Image and Service Quality have a significant effect on Customer Decisions to Choose to Save at PT. Bank Mandiri Tbk KCP Jakarta Permata Hijau*

**Keywords:** *Purchasing Decision, Product Innovation, Brand Image, Service Quality*

