

INTISARI

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah terhadap keputusan pembelian produk Mandiri Tabungan Rencana, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Mandiri Tabungan Rencana hingga pengaruh loyalitas nasabah terhadap keputusan pembelian produk Mandiri Tabungan Rencana. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data primer dan data skunder. Metode kuantitatif dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan wawancara dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Penelitian kuantitatif umumnya menggunakan desain penjelasan yang tujuannya adalah untuk memperluas hubungan yang dihipotesiskan antara variabel yang diuji. Dengan jenis penelitian ini, jelas bahwa beberapa hipotesis sedang diuji untuk menentukan kebenarannya. Sadar akan keterbatasan penelitian tentang keputusan pembelian maka penulis hanya memfokuskan pada Bank Mandiri KCP Yogyakarta P. Diponegoro, dan dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 100 nasabah Bank Mandiri yang kemudian diolah datanya menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah, kualitas layanan, dan loyalitas nasabah, berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Mandiri Tabungan Rencana dengan hasil yaitu nasabah dibawah 4 bulan memberikan kontribusi terbesar dengan persentase 54% setuju membuka MTR, selain itu jenis kelamin laki-laki juga mendominasi dengan hasil persentase 67%, hasil lain di usia <20 tahun yaitu 77%, Riwayat Pendidikan yaitu lulusan SMA/MAN di 59%, pelajar/mahasiswa di 92%, dan dari segi penghasilan dengan nominal Rp.1.100.000-Rp.3.000.000 di 49%.

Kata Kunci : Kepercayaan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah, Keputusan Pembelian, Mandiri Tabungan Rencana

ABSTRACT

This research aim to find out the effect of confidence customers and loyalty customers toward buying decision produced Mandiri Tabungan Rencana (MTR). This research employed a quantitative method and choose design data source primer and seconders to present the findings. In collecting the data, quantitative method it can show deployment questioner and interview with the theory of planned behavior (TPB).

Quantitative method is process of design collecting analyzing numerical data. It can be used to find hypothesized between the variable tasted. In addition, the type of research have several hypotheses are being tested to determine the truth. This research choose qualitative method because the researcher gave research limitations about decision customers it can show a researcher focus on Bank Mandiri KCP Yogyakarta P. Diponegoro. The participant of this research are one hundred customers Bank Mandiri KCP Yogyakarta P. Diponegoro. Through this data sample obtain multiple linear regression analysis.

This research show that confidence customers and loyalty customers effectively positive that can be found buying decision product Mandiri Tabungan Rencana. The finding including customers under four years give big contribution with 54% percentage agree has an account Mandiri Tabungan Rencana (MTR), beside that male gender dominant with 67% others people in age < 20 years old it was 77 %, education story it was senior high school in 59 %, students in 92% and the salary Rp. 1.100.000-Rp.3000.000 in 49% .

Keyword: *Confidence customers, quality service, loyalty customers, decision buying, Mandiri Tabungan Rencana.*