

ABSTRAK

Nur Alam (3317048). 2021. Skripsi. *Pengaruh Advertising, Sales Promotion dan Word of Mouth terhadap Minat Menabung Masyarakat pada Bank Syariah (Studi Kasus masyarakat Kenagarian Sundatar, Kecamatan Lubuk Sikaping, Kabupaten Pasaman)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Program Studi Perbankan Syariah (S1). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Pembimbing: Habibatur Ridhah, SE.,MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi dari hasil wawancara dengan beberapa warga masyarakat Kenagarian Sundatar Kec.Lubuk Sikaping tentang iklan, promosi penjualan dan *word of mouth* dari bank syariah.Ada yang memberikan respon positif dan ada juga respon negatif, sehingga sebagian masyarakat enggan membuka rekening bank syariah.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *advertising*, variabel *sales promotion* dan variabel *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Lubuk Sikaping.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melalui kuesioner (angket).Sampel penelitian sebanyak 99 orang.Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS versi 20.0 dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Analisis yang digunakan di dalam penelitian ini meliputi instrument (uji Validitas dan uji Reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas,uji heteroskedastisitas,uji linieritas, uji multikolinearitas, uji analisis berganda), uji hipotesis (uji F simultan, uji T parsial, uji Koefisien Determinasi).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti *Advertising* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk BSI Lubuk Sikaping . Hal ini disebabkan nilai T hitung Advertising sebesar 0.826, Nilai signifikan sebesar 0.411 dan nilai T tabel sebesar 1.985. Maka nilai T hitung < dari nilai T tabel. *Sales promotion* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk BSI Lubuk Sikaping. Hal ini disebabkan nilai T hitung sales promotion sebesar 0.045, Nilai signifikan sebesar 0.965 dan nilai T tabel sebesar 1.985. Maka nilai T hitung < dari nilai T tabel.*Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk BSI Lubuk Sikaping.Hal ini disebabkan nilai T hitung word of mouth sebesar 3.512, nilai signifikan sebesar 0.001 dan nilai T tabel sebesar 1.985.Maka nilai T hitung > dari nilai T tabel.

Kata Kunci :*Advertising, Sales Promotion dan Word of Mouth.*