

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek, Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Bukopin Jakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan kuesioner yang diberikan kepada responden. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah pendanaan dengan akad *Wadiah* pada Bank Syariah Bukopin. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan iB Siaga Wadiah pada PT Bank Syariah Bukopin dan korespondensi nasabah melalui kuesioner sebanyak 165 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Ekuitas Merek berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Bukopin Jakarta, sedangkan untuk variabel Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Bukopin Jakarta

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek, Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan keputusan nasabah

