

**Pengaruh Kualitas Produk,
Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Peminjaman
di KSP Istana Dana Baki, 2020.**

Samudra Diko Putra Negara, 16.12.0137

ABSTRAK

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu dan terencana yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien dan masyarakat umum. Penelitian menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap keputusan peminjaman di ksp istana dan baki dengan jumlah 140 orang.

Analisis yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Peminjaman dan Kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Keputusan Peminjaman.

Kata Kunci : Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi, Promosi, Keputusan Peminjaman.