

ABSTRAK

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TAPLUS MUDA TERHADAP
KEPERCAYAAN NASABAH PADA PT BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) Tbk.**

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2023-2025)**

Oleh:

WIDIYANTI

NPM 233404096

Pembimbing I : Agi Rosyadi, S.E., M.M.
Pembimbing II : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si.

Strategi Diferensiasi Produk adalah salah satu metode yang digunakan oleh bank untuk mendapatkan kepercayaan nasabah di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara diferensiasi produk Taplus Muda terhadap tingkat kepercayaan nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik sampling jenuh yang terdiri dari 52 mahasiswa aktif dari Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2023–2025 yang merupakan pengguna produk Taplus Muda dan sampel pada penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, kemudian hasil yang diperoleh diolah dengan menggunakan *Methode of Successive Interval* (MSI) sebelum dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, uji-t, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Hasil dari uji hipotesis memperoleh nilai T hitung sebesar 13,802 dengan nilai signifikansi $<0,000$ yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk Taplus Muda berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Keterkaitan hubungan antara kedua variabel ini tergolong cukup kuat, dengan kontribusi diferensiasi produk sebesar 79,2% terhadap terbentuknya kepercayaan nasabah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Kepercayaan Nasabah, Taplus Muda