

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, terhadap Promosi, dan seberapa besar pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat menabung pada Bank nagari siteba. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Promosi, dan Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menabung dan Promosi memediasi Tingkat Kepercayaan terhadap Minat menabung, dan Promosi memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Minat menabung. Kontribusi variabel Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi berpengaruh sebesar 69,6% sedangkan sisanya sebesar 30,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Akhirnya penulis menyarankan kepada pihak Bank nagari siteba untuk dapat meningkatkan: Minat menabung melalui peningkatan Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Promosi.

**Kata Kunci: Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Minat menabung.**