

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Perusahaan, Iklan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat pada PT. Bank Muamalat Tbk. Cabang Kediri” ini ditulis oleh Siti Robiah, NIM 1741143344. Skripsi Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dibimbing oleh Dr. Nur Aini Latifah, SE.,MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan perbankan di Indonesia sangatlah pesat, khususnya di daerah Kediri. Dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah penabung, maka Bank Muamalat Kediri selalu berupaya untuk melayani kebutuhan nasabahnya dengan meningkatkan pelayanan dan periklanan. Selain itu hal yang harus di perhatikan yaitu citra perusahaan atau persepsi masyarakat tentang Bank Muamalat Kediri. Jika persepsi masyarakat baik maka citra perusahaan juga akan baik.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah (1) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat? (2) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara iklan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat? (3) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat? (4) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan, iklan, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat? adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh citra perusahaan, iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel dari penelitian ini diambil berdasarkan pada teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling* yang diambil dari populasi nasabah penabung sebanyak 96 nasabah. Sedangkan metode pengumpulan data yaitu menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan SPSS dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian, menunjukkan bahwa (1) citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat. (2) iklan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat. (4) citra perusahaan, iklan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat. Pengaruh citra perusahaan, iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat sebesar 44,5% dan sisanya 55,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci: citra perusahaan, iklan, kualitas pelayanan, keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat

ABSTRACT

The research with the title "The Influence of Corporate Image, Advertising, and Service Quality on the Decision to Choose iBMuamalat Saving Product at PT. Bank Muamalat Tbk. Branch Kediri" was written by Siti Robiah, NIM 1741143344. Thesis of Islamic Banking Department, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung. Guided by Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM.

This research is based on the development of banking in Indonesia which is very rapid, especially in Kediri. In order to increase the number of customer savers, Bank Muamalat branch Kediri always strives to serve the needs of its customers by improving services and advertising. In addition, the thing which needs to be noted is the corporate image or public perception of Bank Muamalat Kediri. If the perception of society is good then the image of the company will also be good.

Problems of the research are (1) Does corporate image have a significant effect on decision to choose iBMuamalat saving product? (2) Does advertisement have a significant effect on decision to choose iBMuamalat saving product? (3) Does service quality have a significant effect on decision to choose iBMuamalat saving product? (4) Is there any significant influence between corporate image, advertisement, and service quality collectively towards the decision to choose iBMuamalat saving product? The purpose of this research is to examine the influence of corporate image, advertisement and service quality on the decision to choose iBMuamalat saving product either simultaneously or partially.

This research uses quantitative method with type of associative research. The sample of this study was taken based on probability sampling technique with simple random sampling taken from customer population of savers which are 96 customers. While the method of data collection is using questionnaires, observation, and documentation. Data analysis technique using SPSS with multiple linear regression analysis.

Results of the research show that (1) Corporate image has positive and significant influence on the decision to choose iBMuamalat saving product. (2) Advertisement has negative and significant influence on decision to choose iBMuamalat saving product. (3) Service quality has positive and significant influence on decision to choose iBMuamalat saving product. (4) Corporate image, advertisement and service quality collectively have significant influence on decision to choose iBMuamalat saving product. The influence of corporate image, advertising and service quality on the decision to choose iBMuamalat saving product of 44.5% and the remaining 55.5% influenced by other variables outside this research.

Keywords: corporate image, advertisement, service quality, decision to choose iBMuamalat saving product.