

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Pembelajaran, Keluarga, dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah” ini ditulis oleh Herlina Yuanita Putri, NIM 17401163338 Pembimbing Bapak Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh beberapa faktor internal dari dalam diri mahasiswa yaitu persepsi dan pembelajaran dan faktor eksternal pengaruh dari luar yaitu pihak keluarga dan kelompok acuan. Keputusan seorang konsumen dalam menggunakan sebuah barang atau jasa tidak terlepas dari dua faktor tersebut, untuk mencapai tingkat kepuasan itu maka konsumen berhak memilih dan mengambil keputusan. Termasuk dalam menjadi nasabah pada sebuah lembaga keuangan syariah, yaitu Bank Syariah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Apakah persepsi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah ? (2) Apakah pembelajaran berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah ? (3) Apakah keluarga berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah ? (4) Apakah kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah ? (5) Apakah persepsi, pembelajaran, keluarga dan kelompok acuan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah ?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Sementara cara pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling* yaitu pemilihan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu untuk memperoleh karakter sampel yang dikehendaki. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Tahap selanjutnya, uji instrumen data dengan Uji Validitas dan Reliabilitas, uji asumsi klasik dan Regresi Linier Berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. (2) Pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. (3) Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. (4) Kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. (5) persepsi, pembelajaran, keluarga dan kelompok acuan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

Kata Kunci : Persepsi, Pembelajaran, Keluarga, Kelompok Acuan dan Keputusan menjadi nasabah

## ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Perception, Learning, Family, and Reference Group on the Decision to Become a Customer of Sharia Banks" was written by Herlina Yuanita Putri, NIM 17401163338 Supervisor Mr. Muhamad Aqim Adlan, M.E. I

This research is motivated by several internal factors within the students, namely perception and learning and external factors, external influences, namely the family and the reference group. The decision of a consumer in using an item or service is inseparable from these two factors, to achieve that level of satisfaction the consumer has the right to choose and take his decision. Included in being a customer at a sharia financial institution, namely Sharia Bank.

The formulation of the problem in this study are: (1) Does perception affect the decision to become an Islamic bank customer? (2) Does learning affect the decision to become a customer of an Islamic bank? (3) Does the family influence the decision to become an Islamic bank customer? (4) Does the reference group influence the decision to become a sharif bank customer? (5) Do the perceptions, learning, family and reference groups jointly influence the decision to become an Islamic bank customer?

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. Sampling using non-probability sampling techniques. While the way to take samples is using purposive sampling, that is, the sample selection is carried out with certain considerations to obtain the desired sample character. The data source used in this study is primary data. The measurement in this study uses a Likert scale. The next step is to test the data instruments with the Validity and Reliability Test, the classical assumption test and the Multiple Linear Regression which serves to prove the research hypothesis.

The results showed (1) Perception of a positive and significant effect on the decision to become a customer in Islamic banks. (2) Learning has a positive and significant effect on the decision to become a customer in an Islamic bank. (3) Family has a positive and significant influence on the decision to become a customer of an Islamic bank. (4) The reference group has a positive and significant effect on the decision to become a syariah bank. (5) perception, learning, family and reference groups together have a positive and significant effect on the decision to become a customer of an Islamic bank.

**Keywords:** Perception, Learning, Family, Reference Group and Decision to become a customer