

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Produk dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Nur Hidayah, NIM. 17401163221, pembimbing Dr. Ali Mauludi AC, M.A.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh pentingnya perbankan Syariah dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pertumbuhannya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perbankan Syariah adalah membentuk citra positif dimata masyarakat. Kegiatan promosi, produk dan pelayanan dari Perbankan Syariah yang dinilai menjadi faktor mendasar dalam mendorong minat calon nasabah dalam memilih sebuah bank.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Moyoketen dalam memilih Bank Syariah? (2) Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Moyoketen dalam memilih Bank Syariah? (3) Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Moyoketen dalam memilih Bank Syariah? (4) Apakah promosi, produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Moyoketen dalam memilih Bank Syariah?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh promosi, produk dan pelayanan terhadap minat masyarakat memilih Bank Syariah di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung secara parsial dan bersama-sama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Metode analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas), uji regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t, uji f) dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat, (2) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat, (3) Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat, (4) Secara simultan (bersama-sama) antara promosi, produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih Bank Syariah di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

Kata Kunci: *Promosi, Produk, Pelayanan dan Minat Masyarakat*

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Promotion, Products and Services on Public Interest in Choosing a Sharia Bank (Case Study of Moyoketen Village Community, Boyolangu District, Tulungagung Regency)" was written by Nur Hidayah, NIM. 17401163221, supervisor Dr. Ali Mauludi AC, M.A.

The research in this thesis is motivated by the importance of Islamic banking in determining the right strategy to improve and maintain the quality of its growth. One of the strategies that can be implemented by Islamic banking is to form a positive image in the eyes of the public. Promotional activities, products and services from Islamic Banking are considered to be fundamental factors in encouraging the interest of potential customers in choosing a bank.

The formulation of the problems in this study are: (1) Does promotion have a significant effect on the interest of the Moyoketen Village community in choosing a Sharia Bank? (2) Does the product have a significant effect on the interest of the Moyoketen Village community in choosing a Sharia Bank? (3) Does the service have a significant effect on the interest of the Moyoketen Village community in choosing a Sharia Bank? (4) Do promotions, products and services together have a significant effect on the interest of the Moyoketen Village community in choosing a Sharia (Islamic) Bank?

This study aims to determine and analyze the effect of promotions, products and services on people's interest in choosing Sharia Banks in Moyoketen Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency partially and collectively. This research uses a quantitative approach with associative research type. The data source used is primary data, the number of samples used in this study were 40 respondents. The data collection technique used a questionnaire, the sampling technique used purposive sampling, the measurement scale used was the Likert scale. The analysis method in this research is validity test, reliability test, classical assumption test (normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test), multiple linear regression test, hypothesis test (t test, f test) and determination coefficient test.

The results of this study indicate that: (1) Promotion has a positive and significant effect on community interest, (2) Products have a positive and significant effect on public interest, (3) Services have a positive and significant effect on community interest, (4) Simultaneously (together- same) between promotions, products and services have a positive and significant effect on people's interest in choosing Sharia Banks in Moyoketen Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency.

Keywords: *Promotion, Products, Services and Public Interests*