

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. (Studi Kasus Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol).” yang ditulis oleh Defi Tiana Sari, NIM. 17401163160, pembimbing Dedi Suselo, SE., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya *market share* Bank Syariah Mandiri di Indonesia masih terbilang rendah, yaitu hanya sebesar 1,25% aset industri perbankan secara nasional. Fenomena tentang rendahnya *market share* ini tidak sejalan dengan tingginya minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Sehingga potensi peningkatan nasabah Bank Syariah Mandiri di Indonesia masih sangat besar, khususnya Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Sehingga menjadikan Bank Syariah Mandiri Tulungagung perlu meningkatkan upaya promosi, fasilitas, maupun hal lain yang mampu mendorong minat nasabah untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, lokasi dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Sampel yang diambil sebanyak 100 masyarakat Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuisioner dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, variabel pengetahuan dan variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Sedangkan variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Secara simultan, pengetahuan, lokasi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Serta berdasarkan hasil uji *R Square* menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, lokasi dan religiusitas berkontribusi cukup besar dalam mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

**Kata Kunci:** Pengetahuan, Lokasi, Religiusitas, dan Minat Menjadi Nasabah

## ABSTRACT

The thesis entitled “The Effect of Knowledge, Location, and Religiosity on Customer Interest in Bank Syariah Mandiri Tulungagung. (Case Study in Wonorejo Village Sumbergempol District).” It was written by Defi Tiana Sari, NIM. 17401163160, advisor Dedi Suselo, SE., M.M.

This research is motivated by the low market share of Bank Syariah Mandiri in Indonesia which is still relatively low, namely only 1.25% of the assets of the banking industry nationally. This phenomenon of low market share is not in line with the high interest in becoming a customer at Islamic banks. So that the potential for an increase in Bank Syariah Mandiri customers in Indonesia is still very large, especially Bank Syariah Mandiri Tulungagung. So that makes Bank Syariah Mandiri Tulungagung need to increase promotional efforts, facilities, and other things that can encourage customer interest to become customers at Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

The purpose of this research is to know the effect of knowledge, location and religiosity on people’s interest to be a customer in Bank Syariah Mandiri Tulungagung. The samples taken were 100 people in Wonorejo Village Sumbergempol District. The sampling technique used is accidental sampling. This research used a quantitative approach with associative research type. The data source used is primary data by distributing questionnaires and using multiple linear regression analysis methods.

The results showed that partially, the knowledge variable and location variable had a positive and significant effect on people's interest in becoming a customer at Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Meanwhile, the religiosity variable has a positive and insignificant effect on people's interest in becoming a customer at Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Simultaneously, knowledge, location and religiosity have a positive and significant effect on people's interest in becoming a customer at Bank Syariah Mandiri Tulungagung. And based on the results of the R Square test, it shows that the variables of knowledge, location and religiosity contribute significantly to influencing people's interest in becoming customers at Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

**Key Words:** Knowledge, Location, Religiosity, and The Interest to be a Customer