

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan/Informasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung Terhadap Minat menjadi Nasabah di Bank Syariah” ini ditulis oleh Ade Tita Noermasari, Jurusan Perbankan Syariah, NIM 12401173369, Pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bank syariah yang semakin pesat dan strategi bank syariah dalam menarik berbagai elemen salah satunya mahasiswa diharapkan dapat menumbuhkan minat menggunakan jasa perbankan syariah. Dalam peningkatan pangsa pasar perbankan syariah juga dituntut memiliki daya saing. Dalam hal ini dapat ditempuh dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen. Salah satunya dengan memfokuskan pemasaran yang efektif dan kualitas pelayanan yang diberikan perbankan syariah. Selain itu keyakinan konsumen tentang perbankan syariah juga harus diperhatikan.

Rumusan masalah dalam skripsi adalah 1) Apakah terdapat pengaruh iklan/informasi terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung menjadi nasabah di bank syariah ? 2) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung menjadi nasabah di bank syariah ? 3) Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung menjadi nasabah di bank syariah? 4) Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara iklan/informasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menjelaskan pengaruh iklan/informasi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung menjadi nasabah di bank syariah baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 92 responden mahasiswa IAIN Tulungagung. Teknik sampling yang digunakan adalah metode *simple random sampling*. Sedangkan metode pengumpulan data menggunakan data primer, data kuesioner selanjutnya di analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan *SPSS 16.0* menunjukkan bahwa: 1) Iklan/informasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah; 2) Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah; 3) Religiusitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah; 4) Iklan/informasi, kualitas pelayanan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung menjadi nasabah di bank syariah.

Kata Kunci: Iklan/Informasi, Kualitas Pelayanan, Religiusitas dan Minat Menjadi Nasabah.

ABSTRACT

This thesis entitled “The Influence of Advertisement/Information, Service Quality and Religiosity of Sharia Banking Student College at State Islamic Institute of Tulungagung Toward An Interest Becomes Customer in Sharia Bank” written by Ade Tita Noermasari, Sharia Banking Department, NIM 12401173369, Advisor: Dr. H. Mashudi, M.Pd.I

This study is motivated by the quickly development of sharia bank and the strategy of sharia bank in attract various element one of them college student that hopefully can build their interest to use sharia banking service. In developing market segment sharia banking also prosecuted to have competitiveness. In this case, it can be reach by observe the factors that influence the consumer.

The study problems are 1) Is there an influence of advertisement/information toward an interest of sharia banking student college at State Islamic Institute of Tulungagung becomes customer in sharia bank? 2) Is there an influence of service quality toward an interest of sharia banking student college at State Islamic Institute of Tulungagung becomes customer in sharia bank? 3) Is there an influence toward an interest of sharia banking student college at State Islamic Institute of Tulungagung becomes customer in sharia bank? 4) Is there an influence simultaneously between advertisement/information, service quality and religiosity toward an interest of sharia banking student college at State Islamic Institute of Tulungagung becomes customer in sharia bank? The study objective is to examine and explain an influence of advertisement/information, service quality and religiosity of sharia banking student college at State Islamic Institute of Tulungagung toward an interest becomes customer in sharia bank either partially or simultaneously. This study approach uses quantitative approach and the types of associative study. Total of the sample in this study were 92 State Islamic Institute of Tulungagung respondents. The sampling technique used simple random sampling method. While the data collection used primary data, questionnaire data then analysed using multiple linear regression.

The result of the study conducted with SPSS 16.0 showed that 1) Advertisement/information gives positive and significant influence toward an interest becomes customer in sharia bank. 2) Service quality gives positive and significant influence toward an interest becomes customer in sharia bank. 3) Religiosity gives positive and significant influence toward an interest becomes customer in sharia bank. 4) Advertisement/information, service quality and religiosity collectively have positive and significant influence toward an interest of student college sharia bank department State Islamic Institute of Tulungagung becomes customer in sharia bank.

Keywords: Advertisement/Information, Service Quality, Religiosity and An Interest becomes Customer.