

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center” ini ditulis oleh Umi Latifah Nur Indralestari, NIM. 12401173167 pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC, M.A.

Penelitian skripsi ini dilatar belakangi karena adanya masalah yang dihadapi oleh suatu lembaga keuangan syariah bagaimana perusahaan mampu menarik pelanggan dan mempertahankan nasabahnya serta menerapkan kebijakan-kebijakannya guna mempertahankan pangsa pasar. Saat ini sebagian besar nasabah hanya melihat bahwa nilai tambah Bank Syariah adalah berlabel halal dan menjanjikan dunia akhirat selain itu nasabah menganggap bahwa bank konvensional dianggap lebih familiar karena dikenal sejak lama. Semakin ketatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah maka setiap lembaga harus bisa mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih menyimpan dananya. Nasabah akan tertarik dan minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center apabila yang diharapkan sesuai dengan keinginannya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh signifikan faktor : 1) motivasi, 2) religiusitas, 3) promosi, 4) lokasi, 5) kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center dan untuk mengetahui 6) faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik pengambilan data secara primer yang diperoleh dari penyebaran angket kepada nasabah yang kebetulan berada di lokasi penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil pengujian ini menunjukkan: motivasi (X1) berpengaruh positif tidak signifikan, religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan, promosi (X3) berpengaruh positif signifikan, lokasi (X4) berpengaruh positif signifikan, dan kualitas pelayanan (X5) berpengaruh positif signifikan. Dari hasil penelitian juga dapat diketahui bahwa promosi merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center.

**Kata Kunci:** Motivasi, Religiusitas, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Minat Menabung

## **ABSTRACT**

*The thesis titled "Analysis of Factors Influencing Customer Saving Interest at PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center" was written by Umi Latifah Nur Indralestari, NIM. 12401173167 Instructor Dr. Ali Mauludi, AC, M.A.*

*This thesis research is motivated by the problems faced by a Sharia financial institution how the company is able to attract customers and retain its customers and implement its policies in order to maintain market share. Currently most customers only see that the added value of Sharia Bank is labeled halal and allows the afterlife other than that the customer considers that conventional banks are considered more familiar because it is known for a long time. The tighter competition between Islamic financial institutions, each institution must be able to know what factors can influence customers in choosing to store their funds. Customers will be interested and interested in saving at PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center if expected according to their wishes.*

*The purpose of this study is to determine the significant influence of factors: 1) motivation, 2) religiosity, 3) promotion, 4) location, 5) quality of service to the interest in saving customers at PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center and to find out 6) which factors most dominantly affect the interest in saving customers at PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center.*

*This research uses quantitative approach method with associative research type. Sampling using probability sampling technique with the type of sample used is simple random sampling. Primary data retrieval techniques obtained from the dissemination of questionnaires to customers who happen to be at the research site. The data analysis techniques used in this study are descriptive analysis of respondents, validity and reliability tests, classic assumption tests, multiple linear regression tests, F-tests, and determination coefficient tests.*

*The results of this test showed: motivation (X1) had no significant positive effect, religiosity had no significant positive effect, promotion (X3) had a significant positive effect, location (X4) had a significant positive effect, and the quality of service (X5) had a significant positive effect. From the results of the study can also be known that promotion is the most dominant variable influencing the interest in saving customers at PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center.*

**Keywords:** Motivation, Religiosity, Promotion, Location, Quality of Service, and Interests in Saving