

ABSTRAK

Skripsi “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Produk Bank terhadap Minat Menabung Nasabah di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman” ini ditulis oleh Tika Aji Nurnasari, NIM. 12401173187, pembimbing Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

Penelitian skripsi ini dilatar belakangi dengan perbincangan masalah ekonomi yang terjadi di negara Indonesia, meskipun termasuk negara berkembang diharapkan lebih mengoptimalkan kegiatan perekonomian agar dapat membantu masyarakat yang penghasilannya dibawah rata-rata. Karenanya pemerintah harus berusaha mengatasi hal tersebut agar rakyat bisa setara dengan negara-negara maju lainnya. Salah satu cara yang dapat membantu yaitu dengan adanya Bank Syariah Indonesia yang dapat menyalurkan dan menghimpun dana atau jasa dari pihak bank itu sendiri, dengan itu masyarakat bisa bekerja sama membangun sebuah usaha dengan menerapkan sistem bagi hasil. Hal ini akan menuntut kinerja dalam perbankan syariah agar meningkatkan citra perusahaan, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk bank agar menarik minat pada nasabah penabung. Apabila minat nasabah penabung tinggi berdampak besar pula dana yang diperoleh, dengan itu bank syariah akan lebih mudah untuk memutar dana yang akan disalurkan pada nasabah itu sendiri.

Penelitian yang dilakukan untuk menganalisis citra perusahaan, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk bank secara parsial maupun simultan terhadap minat menabung nasabah di PT BSI Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. Metode yang digunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, data primer penyebaran kepada 100 nasabah penabung. Menggunakan uji keabsahan data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji determinasi.

Hasil penelitian bahwa melalui uji-t, variabel citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan perolehan nilai t-hitung $<$ t-tabel sebesar $(1,646 < 1,984)$ dan nilai signifikan lebih besar dari α sebesar $(0,103 > 0,05)$, variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan perolehan nilai t-hitung $<$ t-tabel sebesar $(0,686 < 1,984)$ dan nilai signifikan lebih besar dari α sebesar $(0,495 > 0,05)$ dan mengenai variabel pengetahuan produk bank berpengaruh positif terhadap minat menabung dengan perolehan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel sebesar $(3,351 > 1,984)$ dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai α sebesar $(0,000 < 0,05)$. Tetapi perhitungan dengan uji f simultan dari ketiga variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah dapat dilihat perolehan nilai f hitung lebih besar dengan f tabel $(10,535 > 3,94)$.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Pengetahuan Produk Bank dan Minat Menabung.

ABSTRACT

This thesis "The Influence of Company Image, Service Quality and Bank Product Knowledge on Customer Saving Interest at PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman" was written by Tika Aji Nurnasari, NIM. 12401173187, supervisor Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

This thesis research is motivated by the discussion of economic problems that occur in the country of Indonesia, although it is a developing country, it is hoped that it can optimize economic activity so that it can help people whose income is below the average. Therefore, the government must try to overcome this so that the people can be equal with other developed countries. One way that can help is with the existence of the Indonesian Sharia Bank which can channel and collect funds or services from the bank itself, with that the community can work together to build a business by implementing a profit sharing system. This will require performance in Islamic banking in order to improve the company's image, service quality and bank product knowledge in order to attract savings to customers. If the interest of saving customers is high, it will also have a big impact on the funds obtained, with it Islamic banks will be easier to rotate the funds to be distributed to the customers themselves.

This research was conducted to analyze the company's image, service quality and bank product knowledge partially or simultaneously on the saving interest of customers at PT BSI Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. The method used is a quantitative approach. The sampling technique was purposive sampling, and the primary data was distributed to 100 savings customers. Using the data validity test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypotic test and determination test.

The result of the study that through the t- test, the corporate image variable has no significant effect with the acquisition of the t-count <t-table value of (1.646 <1.984) and the significant value is greater than α of (0.103 > 0.05), the variable Service quality has no significant effect on interest in saving with the acquisition of t-count <t-table value of (0.686 <1.984) and a significant value greater than α of (0.495 > 0.05) and the variable knowledge of bank products has a positive effect on interest. saving with the acquisition of the t-value value is greater than the t-table of (3.351 > 1.984) and the significant value is smaller than the α value of (0.000 <0.05). But the calculation with the simultaneous f test of the three variables has a positive effect on customers' interest in saving. It can be seen that the acquisition of the calculated f value is greater with f table (10.535 > 3.94).

Keywords: *Corporate Image, Service Quality, Bank Product Knowledge and Interest in Saving.*