

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk terhadap Kemampuan Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Tulungagung angkatan 2017)” ini ditulis oleh Riana Naharu Masngut, NIM.12401173429, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, yang di bimbing oleh Dr. Muniri, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pesatnya perkembangan Bank Syariah di Indonesia yang menyebabkan pengguna bank syariah semaki meningkat. Karena tingkat persaingan yang sangat tinggi antara lembaga keuangan syariah dan konvensional maka strategi perbankan syariah yang harus digunakan adalah dengan melihat faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menguji apakah ada pengaruh secara signifikan persepsi terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah (2) Menguji apakah ada pengaruh secara signifikan lokasi terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah (3) Menguji apakah ada pengaruh secara signifikan promosi terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah (4) Menguji apakah ada pengaruh secara signifikan pengetahuan produk terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah (5) Menguji apakah ada pengaruh secara signifikan persepsi, lokasi, promosi dan pengetahuan produk terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer, dengan jumlah sampel 366 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Pengolahan data yang digunakan adalah *SPSS 25*. Pada penelitian ini menggunakan uji analisis deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah (2) Lokasi tidak berpengaruh positif terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah (4) Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah (5) Persepsi, lokasi, promosi dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah.

**Kata Kunci : Kemampuan Menabung, Lokasi, Persepsi, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk.**

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title “The Influence of Perception, Location, Promotion and Product Knowledge of Stutents’ Saving Ability in Islamic Banking (Case Study of Students State Islamic Institute of Tulungagung force 2017)” written by Riana Naharu Masngut, Register Number.12401173429. Advisor: Dr. Muniri, M.Pd.*

*The research is motivated by the rapid development of Islamic Banking in Indonesia which cause the number of users of Islamic Banking to increase. Due to the very high level of complication between Islamic and conventional financial institution, the Islamic Banking strategy that must be used id to look at the factors that influence customer behavior.*

*This research aims (1) Test whether there is a signifikan positive effect of perception on the saving ability students is islamic banking (2) Test whether there is a signifikan positive effect of location on the saving ability students is islamic banking (3) Test whether there is a signifikan positive effect of promotion on the saving ability students is islamic banking (4) Test whether there is a signifikan positive effect of product knowledge on the saving ability students is islamic banking (5) To test whether there is a significant positive effect of perception, location, promotion and product knowledge simultaneously on students’ saving ability in islamic banking.*

*This research uses a quantitative approach an the type of assosiative research. Sources of data used are primary data eith sample of 366 respondents’. The data collection technique used is a questionnaire. Processing data used SPSS 25. In this research using descriptive analiysis test, validaty, reliability, test data normality, classic assumption test, multiple linier regression, hypothesis testing and test the coefficient of determination ( $R^2$ ).*

*The research of this study indicate that (1) Perception have a positif and significant effect on students’ saving ability in Islamic Banking (2) Location have a not positif and significant effect on students’ saving ability in Islamic Banking (3) Promotion have a positif and significant effect on students’ saving ability in Islamic Banking (4) Product knowledge have a positif and significant effect on students’ saving ability in Islamic Banking (5) Perception, Location, Promotion and Product Knowledge simultaneously have a positive and significant effect on students’ saving ability in Islamic Banking.*

**Keywords : Location, Perception, Promotion, Product Knowledge and Saving Ability.**

## ملخص

أطروحة بعنوان "تأثير الإدراك والموقع. ترويج ومعرفة المنتجات المتعلقة بقدرة ادخار الطلاب في البنوك الإسلامية (دراسة حالة عن طلاب معهد الدولة الإسلامي للدين بفصل تولونغونغ لعام ٢٠١٧)" كتبه ريانا نهارو ماسنجوت ، رقم هوية الطالب ١٢٤٠١١٧٣٤٢٩ ، كلية الاقتصاد و الأعمال الإسلامية ، قسم الخدمات المصرفية الإسلامية ، معهد الديانة ، تولونغونغ دولة إسلام ، الذي يوجهه د. منيري ماجستير التربية.

هذا البحث مدفوع بالتطور السريع للبنوك الإسلامية في إندونيسيا مما أدى إلى زيادة عدد مستخدمي البنوك الإسلامية. نظرًا للمستوى العالي جدًا من المنافسة بين المؤسسات المالية الإسلامية والتقليدية ، فإن استراتيجية المصرفية الإسلامية التي يجب استخدامها هي النظر في العوامل التي تؤثر على سلوك العملاء.

تهدف هذه الدراسة إلى (١) فحص ما إذا كان هناك تأثير معنوي للإدراك على القدرة على إنقاذ الطلاب في البنوك الإسلامية (٢) اختبار ما إذا كان هناك تأثير كبير للموقع على القدرة على إنقاذ الطلاب في البنوك الإسلامية (٣) اختبار ما إذا كان هناك تأثير كبير للتربية على قدرة إنقاذ الطلاب في البنوك الإسلامية (٤) اختبار ما إذا كان هناك تأثير كبير للمعرفة بالمنتج على القدرة على إنقاذ الطلاب في البنوك الإسلامية (٥) اختبار ما إذا كان هناك تأثير كبير للإدراك والموقع والترويج والمعرفة بالمنتج حول قدرات الادخار لدى الطلاب في البنوك الإسلامية.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي ونوع البحث النقابي. مصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية ، مع عينة من ٣٦٦ مستجيبًا. تقنية جمع البيانات المستخدمة هي استبيان. معالجة البيانات المستخدمة هي تطبيق إحصائي ٢٥. في هذه الدراسة تم استخدام اختبار التحليل الوصفي ، واختبار الصلاحية ، واختبار الموثوقية ، واختبار البيانات المعيارية ، واختبار الافتراض الكلاسيكي ، واختبار الانحدار الخطي المتعدد ، واختبار الفرضية ، واختبار المعامل.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (١) الإدراك له تأثير إيجابي وهام على القدرة على إنقاذ الطلاب في البنوك الإسلامية (٢) الموقع ليس له تأثير إيجابي على القدرة على إنقاذ الطلاب في البنوك الإسلامية (٣) الترويج له. تأثير إيجابي وهام على القدرة على إنقاذ الطلاب في البنوك الإسلامية (٤) معرفة المنتج لها تأثير إيجابي وهام على القدرة على إنقاذ الطلاب في البنوك الإسلامية تأثير كبير على قدرات الادخار لدى الطلاب في البنوك الإسلامية.

الكلمات الرئيسية: القدرة على التوفير ، والموقع ، والإدراك ، والترويج ، ومعرفة المنتج.