

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan, Religiusitas dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri)” ditulis oleh Elfa Karima, NIM. 12401173382, Pembimbing Dr. Agus Eko Sujianto, SE, MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bagaimana pengetahuan masyarakat tentang pengetahuan produk serta kualitas produk, kepercayaan, religiusitas dan lokasi terhadap produk bank syariah. Karena setiap orang memiliki pandangan yang berbeda tentang bank syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan produk, kualitas produk, kepercayaan, religiusitas dan lokasi terhadap minat masyarakat desa Ngadi menggunakan produk bank syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini data yang digunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada masyarakat desa ngadi. Data kuesioner dianalisis menggunakan SPSS 16.0 dengan melakukan beberapa uji analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan f) dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Ngadi menggunakan produk bank syariah (2) variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Ngadi menggunakan produk bank syariah (3) variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Ngadi menggunakan produk bank syariah (4) variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Ngadi menggunakan produk bank syariah (5) variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Ngadi menggunakan produk bank syariah (6) variabel pengetahuan produk, kualitas produk, kepercayaan, religiusitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat masyarakat desa Ngadi menggunakan produk bank syariah.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Produk, Lokasi, Minat, Pengetahuan Produk, Religiusitas

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Product Knowledge, Product Quality, Trust, Religiosity and Location on Public Interest in Using Sharia Bank Products (Case Study of the Community of Ngadi Village, Mojo District, Kediri Regency)" was written by Elfa Karima, ID Student Number. 12401173382, Advisor Dr. Agus Eko Sujianto, SE, MM.

This research is motivated by how people know about product knowledge and product quality, belief, religiosity and location of Islamic bank products. Because everyone has a different view of Islamic banks.

The purpose of this study was to determine how much influence product knowledge, product quality, trustworthiness, religiosity, and location had on the interest of the Ngadi village community in using Islamic bank products.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. In this study, the data used were primary data obtained from questionnaires distributed to the Ngadi village community. Questionnaire data were analyzed using SPSS 16.0 by performing several data analysis tests, validity tests, reliability tests, normality tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests (t and f tests) and the coefficient of determination.

The results showed that (1) the product knowledge variable had a positive and significant effect on the interest of the Ngadi village community using Islamic bank products (2) the product quality variable had a positive and significant impact on the interest of the Ngadi village community using Islamic bank products (3) the trust variable had a positive and significant effect on significant effect on the interest of the Ngadi village community in using sharia bank products (4) the religiosity variable has a positive and significant effect on the interest of the Ngadi village community in using sharia bank products (5) the location variable has a positive and significant effect on the interest of the Ngadi village community in using sharia bank products (6) knowledge, product quality, belief, religiosity and location have a positive and significant effect together on the interest of the Ngadi village community to use Islamic bank products.

Keywords: Interest, Location, , Product Knowledge, Product Quality, Religiosity, Trust