

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Persepsi Dan Promosi Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah”** ini ditulis oleh Muhamad Irwan Efendi, NIM. 12401173063, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr. Sutopo. M.Pd

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh pesatnya pelaku UMKM yang ada di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung serta peran perbankan syariah di era sekarang yang dirasa cukup bagus dengan beragamnya produk dan kemajuan yang diraih bank syariah, seharusnya dapat menarik minat nasabah utamanya pelaku UMKM di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Untuk menguji pengaruh pengetahuan pelaku UMKM di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. (2) Untuk menguji pengaruh sikap pelaku UMKM di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. (3) Untuk menguji pengaruh persepsi pelaku UMKM di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. (4) Untuk menguji pengaruh promosi di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Stratified Random Sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner sebanyak 82 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan memenuhi uji asumsi klasik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. (2) Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. (3) Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. (4) Promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

Kata Kunci : Minat Bertransaksi, Pengetahuan, Sikap, Persepsi, Promosi

ABSTRACT

The thesis with the title "Influence of Knowledge, Attitude, Perception and Promotion of Interest in Transacting in Islamic Banking" was written by Muhamad Irwan Efendi, NIM. 12401173063, Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI), State Islamic University (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dr. Sutopo's mentor. M.Pd

The research in this thesis is motivated by the rapid number of MSMEs in Tugu Village and the role of Islamic banking in the current era which is considered quite good with the variety of products and progress achieved by Islamic banks, should be able to attract the interest of its main customers of MSMEs in Tugu Village.

The purpose of the research in writing this thesis is (1) To significantly test the influence of the knowledge of MSMEs in Tugu Village on the interest in transacting in Islamic banking. (2) To significantly test the influence of the attitude of MSMEs in Tugu Village on the interest in transacting in Islamic banking. (3) To significantly test the influence of perceptions of MSMEs in Tugu Village on the interest in transacting in Islamic banking. (4) To significantly test the influence of promotion in Tugu Village on the interest in transacting in Islamic banking.

The methods used in this study use this type of quantitative approach. Sampling by random sampling method. The data used is primary data obtained from the results of filling out questionnaires as many as 82 respondents. The data collection technique used is a questionnaire. In this study used multiple linear regression analysis methods by fulfilling classical assumption tests.

The results of this study showed that partially (1) the Knowledge had a positive and significant effect on the interest in transacting in Islamic banking. (2) Attitude have a positive and significant effect on the interest in transacting in Islamic banking. (3) Perception have a positive and significant effect on the interest in transacting in Islamic banking. (4) Promotion have a positive and significant effect on the interest in transacting in Islamic banking.

Keywords: Interaction Interest, Knowledge, Attitude, Perception, Promotion