

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, dan Motivasi Menjauhi Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KCP Bank Muamalat Tulungagung” yang ditulis oleh Sindy Azizahtul Munadhofah, NIM 17402183191, dengan dosen pembimbing Dr Syarifudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan dari Bank Muamalat Cabang Tulungagung yang masuk dalam *top brand* rendah namun tetap bisa bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat, sehingga keputusan menjadi nasabah dipengaruhi dalam beberapa hal dari pihak bank.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel promosi, pengetahuan produk dan motivasi menjauhi riba terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Tulungagung dan secara parsial pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah, pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah, dan motivasi menjauhi riba terhadap keputusan menjadi nasabah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif jenis asosiatif, dengan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh 88 responden nasabah di Bank Muamalat KCP Tulungagung, Teknik sampling menggunakan *incidental sampling* dengan aplikasi SPSS 25.0, dan menggunakan uji hipotesis dengan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) promosi, pengetahuan produk dan motivasi menjauhi riba secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah 3) Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, 4) dan motivasi menjauhi riba tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Tulungagung

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Promotion, Product Knowledge, and Motivation to Avoid Riba on the Decision to Become a Customer at KCP Bank Muamalat Tulungagung" written by Sindy Azizahtul Munadhofah, NIM 17402183191, with supervisor Dr. Syarifudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

This research is motivated by the growth of Bank Muamalat Tulungagung Branch which is included in the low top brand but can still survive in the midst of increasingly fierce competition, so that the decision to become a customer is influenced in several ways from the bank.

The purpose of this study was to determine the simultaneous effect of promotion variables, product knowledge and motivation to stay away from usury on the decision to become a customer at Bank Muamalat KCP Tulungagung and partially the effect of promotion on the decision to become a customer, the effect of product knowledge on the decision to become a customer, and motivation to stay away from usury against decision to become a customer.

The research method used is quantitative associative type, with the sample in this study using the Slovin formula, in order to obtain 88 customer respondents at Bank Muamalat KCP Tulungagung

The results show that 1) promotion, product knowledge and motivation to stay away from usury together have a positive and significant effect on the decision to become a customer, partially promotion has a positive and significant effect on the decision to become a customer 3) Product knowledge has a positive and significant impact on the decision to become a customer , 4) and the motivation to stay away from usury does not affect the decision to become a customer at Bank Muamalat KCP Tulungagung

Keywords: Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction