

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Memilih Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Pembantu Blitar” ini ditulis oleh Atsnaa Zakiya Ulfa, NIM 17401163504, pembimbing Ahmad Budiman, S.H.I, M.S.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh Perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang sangat pesat. Keberhasilan ini tentunya juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan perbankan syariah guna membangun kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasanya .

Bank Syariah pertama di Indonesia, PT. Bank Muamalat Indonesia yang akta pendiriannya pada 1 November 1991, hadir di tengah masyarakat sebagai jawaban atas kebutuhan transaksi berbasis syariah. Tentunya terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih Bank Muamalat sehingga dapat terus eksis hingga kini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) Pengaruh lokasi; (2) Pengaruh religiusitas; (3) Pengaruh produk; (4) Pengaruh promosi; dan (5) Pengaruh lokasi, religiusitas, produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Sedangkan data penelitian merupakan data primer yang bersumber dari data kuesioner 99 responden yang dipilih dengan metode random sampling. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala likert*. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih Bank Muamalat Tbk. Kantor Cabang Pembantu Blitar; (2) Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih Bank Muamalat Tbk. Kantor Cabang Pembantu Blitar; (3) Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih Bank Muamalat Tbk. Kantor Cabang Pembantu Blitar; (4) Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih Bank Muamalat Tbk. Kantor Cabang Pembantu Blitar; (5) Sedangkan secara simultan, keempat variabel berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih Bank Muamalat Tbk. Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Kata Kunci : Lokasi, Religiusitas, Produk, Promosi

ABSTRACT

Thesis with the title "Factors Influencing Public Decisions in Choosing Bank Muamalat Tbk, Blitar Sub-Branch Office" was written by Atsna Zakiya Ulfa, NIM 17401163504, supervisor Ahmad Budiman S.H.I, M.S.I.

The research in this thesis is motivated by the very rapid development of Islamic banking in Indonesia. This success is of course also supported by the quality and services provided by Islamic banking companies in order to build public trust in using their services.

The first Islamic bank in Indonesia, PT. Bank Muamalat Indonesia, whose deed of establishment was on November 1, 1991, is present in the community as an answer to the need for sharia-based transactions. Of course there are factors that influence people's decisions in choosing Bank Muamalat so that it can continue to exist until now. This study aims to examine (1) The effect of location; (2) The influence of religiosity; (3) The effect of the product; (4) Promotional influence; and (5) The simultaneous influence of location, religiosity, product and promotion on people's decisions in choosing Bank Muamalat Tbk, Blitar Sub-Branch Office.

This study uses an associative quantitative approach. While the research data is primary data sourced from questionnaire data from 99 respondents who were selected by random sampling method. The measurement scale used in this study is the Likert scale. The data analysis method uses multiple linear regression using SPSS.

The results of the study show that: (1) Location does not significantly influence people's decisions in choosing Bank Muamalat Tbk. Blitar Sub-Branch Office; (2) Religiosity have a significant effect on people's decisions in choosing Bank Muamalat Tbk. Blitar Sub-Branch Office; (3) Product have a significant effect on people's decisions in choosing Bank Muamalat Tbk. Blitar Sub-Branch Office; (4) Promotional have a significant effect on people's decisions in choosing Bank Muamalat Tbk. Blitar Sub-Branch Office; (5) Simultaneously, the four variables have a significant effect on people's decisions in choosing Bank Muamalat Tbk. Blitar Sub-Branch Office.

Keywords: Location, Religiosity, Product, Promotion