

## ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku UMKM Di Desa Tanggunggunung)” yang ditulis oleh Wiwin Nurcahyanti, NIM.12401183215, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minat nasabah dalam memilih bank syariah dan suatu masalah yang dihadapi oleh suatu lembaga keuangan syariah bagaimana perusahaan mampu menarik serta mempertahankan nasabahnya. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menguji pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah. (2) Untuk menguji pengaruh Pelayanan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah (3) Untuk menguji pengaruh Motivasi terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah. (4) Untuk menguji pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi secara bersama-sama terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari responden masyarakat Desa Tanggunggunung dengan pengambilan sampel secara insendital sampling. Pengukuran data menggunakan skala likert. Pengolahan data dengan melakukan beberapa uji yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengolahan data juga menggunakan uji reresi linier berganda, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan yaitu (1) Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan Masyarakat Desa Tanggunggunung memilih menjadi nasabah di bank syariah. (2) Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan Masyarakat Desa Tanggunggunung memilih menjadi nasabah di bank syariah. (3) Motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan Masyarakat Desa Tanggunggunung memilih menjadi nasabah di bank syariah (4) Pengetahuan, Pelayanan dan Motivasi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan Masyarakat Desa Tanggunggunung memilih menjadi nasabah di bank syariah

**Kata kunci : Pengetahuan, Pelayanan, Motivasi, dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Influence of Knowledge, Service, and Motivation on Decisions to Become a Sharia Bank Customer (Case Study of MSME Actors in Tanggunggunung Village)" written by Wiwin Nurcahyanti, NIM.12401183215, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking. Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Advisor Dr. Binti Nur Asiyah, M.Sc.*

*This research is motivated by the lack of customers deciding to choose an Islamic bank and a problem faced by an Islamic financial institution how companies are able to attract and retain their customers. The purpose of this study is (1) to examine the effect of knowledge on the decision of MSME actors in the village of Tanggunggunung to become customers at Islamic banks. (2) To examine the effect of service on the decision of MSME actors in the village of Tanggunggunung to become customers at Islamic Banks. (3) To examine the effect of motivation on the decisions of MSME actors in Tanggunggunung Village to become customers at Islamic Banks. (4) To test the effect of Knowledge, Service, and Motivation together on the decision of MSME actors in the village of Tanggunggunung to become customers at Islamic Banks.*

*This study uses a quantitative approach with the type of associative research. The source of the data used in this study is primary data from the respondents of the village community of Responsibilitygunung by taking the sample by means of incidental sampling. Measurement of data using a Likert scale. Processing data by performing several tests, namely validity test, reliability test, classical assumption test which includes normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test. Data processing also uses multiple linear regression test, hypothesis testing, and coefficient of determination test.*

*Based on the results of the study, it can be concluded that (1) Knowledge has a significant positive effect on the decision of the residents of the Tanggunggunung Village community to choose to become customers in Islamic banks. (2) The service has a significant positive effect on the decision of the residents of the village of Tanggunggunung to choose to become customers in Islamic banks. (3) Income has a significant positive effect on the decision of the Wargagung Village Community to choose to become customers at Islamic banks (4) Knowledge, Service and Income simultaneously have a significant positive effect on the decisions of the Wargagung Village Community to choose to become customers at Islamic bank.*

**Keywords:** Knowledge, Service, Motivation, and Decision to Become a Sharia Bank Customer