

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut dan Lokasi Kantor Terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” yang ditulis oleh Elisa Erdhina, NIM.12401183321, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr.Rokhmat Subagiyo,M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan akan tetapi peningkatan tersebut tidak sebanding dengan jumlah nasabah bank syariah di Indonesia jika dibandingkan dengan bank konvensional. Mahasiswa perbankan syariah adalah bagian dari masyarakat yang mempunyai pengaruh besar dalam perkembangan sistem perekonomian khususnya perekonomian berbasis syariah karena terdapat kurikulum terkait literasi keuangan syariah. Seharusnya dengan kondisi ini dapat mendorong minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah. Beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi fenomena tersebut berupa pemasaran dari mulut ke mulut dan lokasi kantor.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah : 1) Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah indonesia?, 2) Apakah pemasaran dari mulut ke mulut berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah indonesia?, 3) Apakah lokasi kantor berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah indonesia?, 4) Apakah literasi keuangan syariah, pemasaran dari mulut ke mulut dan lokasi kantor secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah indonesia?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari kuisioner yang disebar pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung jurusan Perbankan Syariah. Data Kuisioner dianalisis menggunakan SPSS 16.0 dengan melakukan uji validitas, uji realibitas, uji asumsi klasik, uji heterokedasitas, uji regresi berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, pemasaran dari mulut ke mulut dan lokasi kantor mempengaruhi minat menjadi nasabah sebesar 37,7% sedangkan 62,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Bank Syariah, Nasabah, Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran dari Mulut ke Mulut, Lokasi Kantor

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Islamic Financial Literacy, Word of Mouth Marketing and Office Locations on the Interests of Sayyid Ali Rahmatullah UIN Sharia Banking Students Become Customers at KCP Tulungagung Islamic Bank" written by Elisa Erdhina, NIM.12401183321, Department of Islamic Banking, Faculty Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervisor Dr. Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

This research is motivated by the development of Islamic financial institutions in Indonesia which has experienced a significant increase, but this increase is not proportional to the number of Islamic bank customers in Indonesia when compared to conventional banks. Islamic banking students are part of the community who have a major influence on the development of the economic system, especially the sharia-based economy because there is a curriculum related to Islamic financial literacy. This condition should encourage student interest in becoming customers at Islamic banks. Several factors are thought to influence this phenomenon in the form of word of mouth marketing and office location.

The formulation of the problems in this study are: 1) Does Islamic financial literacy affect students' interest in becoming customers at Indonesian Islamic banks?, 2) Does word-of-mouth marketing affect students' interest in becoming customers at Indonesian Islamic banks?, 3) What is the location of the office? affect students' interest in becoming customers at Indonesian Islamic banks?, 4) Does Islamic financial literacy, word-of-mouth marketing and office location simultaneously affect students' interest in becoming customers at Indonesian Islamic banks?.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. In this study, the data used were primary and secondary data obtained from questionnaires distributed to students of Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University majoring in Islamic Banking. Questionnaire data were analyzed using SPSS 16.0 by conducting validity test, reliability test, classical assumption test, heteroscedasticity test, multiple regression test, hypothesis test, and coefficient of determination test. The results of research conducted simultaneously showed that the variables of Islamic financial literacy, word of mouth marketing and office location affected the intention to become customers by 37.7% while 62.3% were influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Islamic Banks, Customers, Islamic Financial Literacy, Word of Mouth Marketing, Office Locations