

## ABSTRAK

*Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri” ini ditulis oleh Rista Anggraini, NIM. 17401163312, jurusan Perbankan Syariah, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pembimbing Muhamad Aqim Adlan, S.Pd.I., M.E.I.*

*Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah fenomena kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk yang ada sehingga mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah dan mengakibatkan berkurangnya nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.*

*Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri? (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri? (3) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keputusan menjadi nasabah.*

*Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif. Data-data diperoleh langsung dilapangan dengan cara menyebar kuisioner kepada nasabah dan dokumentasi yang berfungsi untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Hasil analisis data menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada 0,05, kesimpulannya adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri (2) Hasil analisis data menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada 0,05, kesimpulannya adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri (3) Hasil analisis data menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada 0,05, kesimpulannya adalah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.*

**Kata Kunci:** *kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, dan keputusan menjadi nasabah.*

## **ABSTRACT**

*This thesis entitled "The Influence of Product Quality, Service Quality, and Brand Image on the Decision to Become a Customer at Bank Muamalat Indonesia Kediri Branch Office" was written by Rista Anggraini, NIM. 17401163312, majoring in Islamic Banking, faculty of Islamic Economics and Business, supervisor of Muhamad Aqim Adlan, S.Pd.I., M.E.I.*

*This research is motivated by a phenomenon of a lack of customer understanding of existing products, which affects the decision to become a customer and results in a decrease in customers at Bank Muamalat Indonesia, the Kediri Branch Office.*

*The formulation of the problem in writing this thesis is (1) Does product quality affect the decision to become a customer at Bank Muamalat Indonesia, Kediri Branch Office? (2) Does the quality of service affect the decision to become a customer at the Bank Muamalat Indonesia Kediri Branch Office? (3) Does brand image affect the decision to become a customer at Bank Muamalat Indonesia, Kediri Branch Office? As for the purpose of this study is to determine the effect of product quality, service quality, and brand image on the decision to become a customer.*

*In this study used quantitative methods. The data is obtained directly in the field by distributing questionnaires to customers and documentation that functions to collect data related to research.*

*The results of the study show that (1) the results of data analysis show that the t-count value is greater than t-table with a significance level of less than 0.05. The conclusion is that product quality has a significant effect on the decision to become a customer at Bank Muamalat Indonesia, Kediri Branch Office (2) The results of data analysis show that t-count is greater than t-table with a significance level less than 0.05. t-table with a significance level less than 0.05, the conclusion is that brand image has a significant effect on the decision to become a customer at Bank Muamalat Indonesia Kediri Branch Office.*

**Keywords:** *product quality, service quality, brand image, and the decision to become a customer.*