

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kulaitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung” ini ditulis oleh Ulfi Kusuma Agustina, NIM. 17401163072, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I

Penulisan skripsi ini dilatarbelakangi adanya perkembangan lembaga keuangan mikro syariah yang sekarang ini banyak digemari masyarakat seperti Perbankan yang berbasis Syariah. Sehingga lembaga ini berkembang dengan pesat dari tahun ke tahun dan mengalami persaingan yang kuat. Perbankan Syariah perlu meningkatkan promosi maupun kualitas pelayanan guna menarik nasabah untuk bergabung di lembaga. Oleh karena itu penelitian ini mengambil permasalahan yang dirumuskan dalam 4 pertanyaan yaitu : (1) Apakah variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota?, (2) Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota?, (3) Apakah variabel kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota?, (4) Apakah variabel promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan nasabah berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik pengambilan data primer yang diperoleh dari responden melalui pengisian kusioner dan pengambilan sampelnya menggunakan metode *probability sampling*, skala yang digunakan adalah skala likert, sedangkan teknik analisis penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji T, uji F dan uji koefisien determinasi.

Dari hasil pengujian dinyatakan bahwa secara parsial (uji-T) variabel promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Sedangkan secara simultan (uji-F) variabel promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, dan Keputusan Menjadi Anggota.**

## **ABSTRACT**

Thesis entitled "The Effect of Promotion, Quality of Service, and Customer Trust on the Decision to Become a Customer at BRI Syariah Syariah Kediri Cash Office" was written by Ulfi Kusuma Agustina, NIM. 17401163072, Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, Advisor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I

The writing of this thesis is motivated by the development of Islamic microfinance institutions which are currently favored by the public such as Sharia-based Banking. So that this institution develops rapidly from year to year and experiences strong competition. Islamic banking needs to increase promotion and quality of service in order to attract customers to stay in the institution. Therefore this study takes the problem formulated in 4 questions, namely: (1) Does the promotion variable influence the decision to become a member ?, (2) Does the service quality variable affect the decision to become a member ?, (3) Does the customer trust variable affect the decision to become a member? (4) Does the promotion variable, service quality, and customer trust jointly influence the decision to become a member?

This research uses a quantitative approach with an associative type. Primary data collection techniques obtained from respondents through questionnaire filling and sampling using probability sampling method, the scale used is the Likert scale, while the analysis technique of this study uses validity, reliability, normality, classic assumption, multiple linear regression, T test, F test and coefficient of determination test.

From the test results it is stated that partially (T-test) promotion variables, service quality, and customer trust significantly have a positive effect on the decision to become a member. While simultaneous (F-test) variable promotion, service quality, and customer confidence significantly positive effect on the decision to become a member of the BRI Syariah Syariah Kediri Tulungagung Cash Office.

**Keywords: Promotion, Service Quality, Customer Trust, and Membership Decision.**