

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Preferensi dan Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Keputusan Masyarakat Tulungagung Menggunakan Layanan Perbankan Syariah” yang ditulis oleh Rosalinda, NIM. 126401202093, Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang dibimbing oleh Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Pada tahun 2023, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Kabupaten Tulungagung mencapai 1.111.583 jiwa. Namun, yang menjadi perhatian adalah mengapa jumlah nasabah bank syariah di Kabupaten Tulungagung masih sedikit. Kondisi ini seharusnya berbanding lurus dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, sehingga jumlah nasabah bank syariah seharusnya juga lebih banyak. Fenomena ini menjadi alasan penting untuk diteliti lebih lanjut guna memahami preferensi dan perilaku konsumen Muslim yang mempengaruhi rendahnya jumlah nasabah bank syariah di daerah dengan mayoritas penduduk Muslim. Penelitian ini dapat mengungkap faktor-faktor seperti kesadaran, pengetahuan, sikap terhadap layanan bank syariah, serta pengaruh budaya dan sosial yang mungkin mempengaruhi pilihan masyarakat terhadap layanan perbankan.

Rumusan masalah pada penelitian ini ialah 1) Apakah ada pengaruh signifikan Preferensi terhadap masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah? 2) Apakah ada pengaruh signifikan Perilaku Konsumen Muslim terhadap keputusan masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah? 3) Apakah dari Preferensi dan Perilaku Konsumen Muslim secara simultan berpengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah?

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif menguji hipotesis dengan mencapai kesimpulan yang valid tentang hubungan antara variabel independen dan dependen. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling, purposive sampling* karena pengambilan sampel yang dilaksanakan ditentukan sebelumnya dengan mengacu berdasarkan beberapa criteria yang sudah ditentukan.

Hasil penelitian ini adalah variabel preferensi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Tulungagung dalam menggunakan layanan perbankan syariah (Y), dengan nilai signifikansi 0,013 dan thitung 2,659 lebih besar dari ttabel 2,052. Sebaliknya, variabel perilaku konsumen Muslim (X2) menunjukkan nilai 0,295 dengan signifikansi 0,122 dan thitung 1,599 lebih kecil dari ttabel, sehingga tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima untuk variabel preferensi (X1). Namun, hipotesis kedua ditolak untuk variabel perilaku konsumen Muslim (X2). Secara simultan, preferensi (X1) dan perilaku konsumen Muslim (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah.

**Kata Kunci: Keputusan, Layanan, Perbankan Syariah, Perilaku Konsumen Muslim, Preferensi.**

## ABSTRACT

*This thesis entitled “The Influence of Muslim Consumer Preferences and Behavior on the Decision of the Tulungagung Community to Use Islamic Banking Services” was written by Rosalinda, NIM. 126401202093, Sharia Banking Study Program, Department of Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung which was guided by Dr. Muhammad Aswad, M.A.*

*In 2023, based on data from the Central Statistics Agency (BPS), the population of Tulungagung Regency reached 1,111,583 people. However, the concern is why the number of Islamic bank customers in Tulungagung Regency is still small. This condition should be directly proportional to the majority of the population who are Muslim, so the number of Islamic bank customers should also be more. This phenomenon is an important reason for further research to understand the preferences and behavior of Muslim consumers that affect the low number of Islamic bank customers in areas with a majority Muslim population. This research can reveal factors such as awareness, knowledge, attitudes towards Islamic bank services, as well as cultural and social influences that may affect people's choice of banking services.*

*The problem formulations in this study are 1) Is there a significant influence of Preferences on the decision of the people of tulungagung to use Islamic banking services? 2) Is there a significant influence of Muslim Consumer Behavior on the decision of the people of tulungagung to use Islamic banking services? 3) Does the Preference and Muslim Consumer Behavior simultaneously affect the decision of the people of tulungagung to use Islamic banking services?*

*This research approach uses a quantitative approach with the type of associative research testing hypotheses by reaching valid conclusions about the relationship between independent and dependent variables. Sampling used in this study is non-probability sampling, purposive sampling because the sampling carried out is predetermined by referring to several predetermined criteria.*

*The result of this study is that the preference variable (X1) has a positive and significant effect on the Tulungagung community's decision to use Islamic banking services (Y), with a significance value of 0.013 and a tcount of 2.659 greater than the ttable 2.052. Conversely, the Muslim consumer behavior variable (X2) shows a value of 0.295 with a significance of 0.122 and a tcount of 1.599 smaller than the t table, so it has no significant effect. Thus, the first hypothesis is accepted for the preference variable (X1). However, the second hypothesis is rejected for the Muslim consumer behavior variable (X2). Simultaneously, preference (X1) and Muslim consumer behavior (X2) have a positive and significant effect on the decision of Tulungagung people to use Islamic banking services.*

**Keywords:** *Decision, Islamic Banking, Muslim Consumer Behavior, Preference, Service.*