

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Faktor Sosial, Ekonomi, dan Budaya Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021" ini ditulis oleh Choriana Ima Wahyuni, NIM. 126401213107, dengan pembimbing/promotor Dianita Meirini, S.A, M.Si

Kata Kunci: Faktor Sosial, Faktor Ekonomi, Faktor Budaya, Keputusan Nasabah, Layanan, Perbankan Syariah.

Skripsi dengan judul "Pengaruh Faktor Sosial, Ekonomi, dan Budaya Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021" ini ditulis oleh Choriana Ima Wahyuni NIM. 126401213107, Pembimbing Dianita Meirini, S.A, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya minat masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam menggunakan layanan perbankan syariah meskipun pertumbuhannya cukup pesat di Indonesia. Rendahnya tingkat pemahaman serta pengaruh dari faktor sosial, ekonomi, dan budaya diduga menjadi penyebab utama dalam pengambilan keputusan nasabah. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi keputusan nasabah, khususnya di kalangan mahasiswa program studi Perbankan Syariah, agar perbankan syariah dapat meningkatkan strategi pelayanannya secara tepat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah faktor sosial, ekonomi, dan budaya baik secara parsial maupun simultan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, ekonomi, dan budaya terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yang diperoleh 102 responden sebagai sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer menggunakan kuesioner, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan program SPSS 25.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: 1) Faktor Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah. 2) Faktor Ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah. 3) Faktor Budaya berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah. 4) Secara simultan, faktor sosial, ekonomi, dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Social, Economic and Cultural Factors on Customer Decisions in Using Sharia Banking Services. Study of Islamic Economics and Business Faculty Students, Sharia Banking Study Program Class of 2021" was written by Choriana Ima Wahyuni NIM. 126401213107, Supervisor Dianita Meirini, S.A, M.Si.

Keywords: Social Factors, Economic Factors, Cultural Factors, Customer Decisions, Services, Sharia Banking.

This research aims to analyze the influence of social, economic and cultural factors on customers' decisions in using sharia banking services. Lack of understanding of social, economic and cultural factors in student decisions is one of the factors that can cause problems in making decisions. Social factors play a role in forming preferences through the family and social environment, economic factors are related to income level and ease of access, while cultural factors influence the understanding and Islamic values adhered to.

This research is motivated by the low interest of the community, especially students, in using Islamic banking services despite its rapid growth in Indonesia. The low level of understanding and the influence of social, economic, and cultural factors are thought to be the main causes in customer decision making. Therefore, it is important to analyze the extent to which these three factors influence customer decisions, especially among students of the Islamic Banking study program, so that Islamic banking can improve its service strategy appropriately.

This research uses descriptive quantitative methods. The sampling technique used was purposive sampling which obtained 102 respondents as samples. The data collection technique uses primary data using a questionnaire, while the data analysis method uses multiple regression analysis processed with the SPSS 25 program.

The results of data analysis show that: 1) Social factors have a positive and significant influence on customers' decisions in using sharia banking services. 2) Economic factors have a positive and significant influence on customers' decisions in using sharia banking services. 3) Cultural factors have a positive and insignificant effect on customers' decisions in using sharia banking services. 4) Simultaneously, social, economic and cultural factors have a positive and significant influence on customers' decisions in using sharia banking services.