

ABSTRAK

Skripsi dengan judul ” Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kediri Trade Cente” yang ditulis oleh Siti Haniatus Sholihah dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17401163372, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Skripsi ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kepercayaan seseorang, pelayanan yang baik, dan pengetahuan relevan dalam mendapatkan motivasi nasabah sehingga anggota merasa nyaman dan terlindungi apabila bekerja sama dengan Bank Syariah Indonesia KC Kediri.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri? (2) apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri? (3) apakah pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri? (4) apakah kepercayaan, kualitas layanan, dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri? (5) variabel mana yang lebih dominan dari masing-masing variabel dalam kepemilikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri?

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan pengetahuan produk terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri secara parsial dan simultan serta untuk mengetahui kedominan masing-masing variabel *x* terhadap *y*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kediri dengan sampel 30 responden. Pengukuran penelitian ini menggunakan skala *likert* dan teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis yang meliputi uji *t* dan uji *f*, serta uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas layanan dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat penggunaan tabungan haji.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Pengetahuan Produk, dan Minat Penggunaan Tabungan Haji

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Trust, Service Quality, and Product Knowledge on Interest in Using Hajj Savings Bank Syariah Indonesia Branch Office Kediri Trade Cente" written by Siti Haniatus Sholihah with Student Identification Number (NIM) 17401163372, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Business Islam, IAIN Tulungagung with Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This thesis is motivated by the importance of one's trust, good service, and relevant knowledge in getting customer motivation so that members feel comfortable and protected when working with Bank Syariah Indonesia KC Kediri.

The formulation of the problem in this study are: (1) does trust have a significant effect on the interest in using Hajj Savings at Bank Syariah Indonesia KC Kediri? (2) does the quality of service have a significant effect on the interest in using Hajj Savings at Bank Syariah Indonesia KC Kediri? (3) does product knowledge have a significant effect on interest in using Hajj Savings at Bank Syariah Indonesia KC Kediri? (4) Do trust, service quality, and product knowledge have a significant effect on the interest in using Hajj Savings at Bank Syariah Indonesia KC Kediri? (5) which variable is more dominant than each variable in ownership of interest in using Hajj Savings at Bank Syariah Indonesia KC Kediri?

This study aims to examine the effect of trust, service quality, and product knowledge on the interest in using Hajj Savings at Bank Syariah Indonesia KC Kediri partially and simultaneously and to determine the dominance of each variable x to y.

This study uses a quantitative approach with the type of associative research. The population of this study is all customers who have Hajj Savings at Bank Syariah Indonesia Kediri Branch Office with a sample of 30 respondents. The measurement of this study used a Likert scale and data collection techniques with questionnaires. The data analysis used includes validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests which include t-test and f-test, and coefficient of determination test.

The results showed that trust, service quality and product knowledge had a positive and significant effect either partially or simultaneously on the interest in using Hajj savings.

Keywords: Trust, Service Quality, Product Knowledge, and Interest in Using Hajj Savings