

ABSTRAK

Skripsi dengan judul " Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Milenial untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung" ini ditulis oleh Angel Adilla Ani'fa Dewanti Putri, NIM. 1860401223114, dengan Pembimbing Dr. Ahmad Sodiq, S.Ag,M.H.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Minat Nasabah, Generasi Milenial

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya minat generasi milenial dalam menggunakan layanan perbankan syariah, meskipun perkembangan Bank Syariah Indonesia menunjukkan tren yang positif. Generasi milenial merupakan kelompok usia produktif yang sebagian besar sudah memiliki penghasilan serta dekat dengan perkembangan teknologi dan informasi, sehingga memiliki potensi besar dalam meningkatkan pertumbuhan perbankan syariah. Namun, masih terdapat faktor-faktor yang memengaruhi minat tersebut, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap lembaga perbankan syariah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat generasi milenial menjadi nasabah.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat generasi milenial menjadi nasabah BSI; (2) untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat generasi milenial; (3) untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap minat generasi milenial; dan (4) untuk menguji pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah BSI.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden generasi milenial di Kabupaten Tulungagung dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda yang didahului dengan uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan kepercayaan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) di Kabupaten Tulungagung. Untuk pengaruh secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y).

ABSTRACT

The thesis, entitled "The Influence of Service Quality, Products, and Trust on the Interest of the Millennial Generation in Becoming Customers of Bank Syariah Indonesia in Tulungagung Regency" was written by Angel Adilla Ani'fa Dewanti Putri, Student ID Number 1860401223114, with Supervisor Dr. Ahmad Sodik, S.Ag, M.H.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Trust, Customer Intention, Millennial Generation*

This research is motivated by the still low interest of millennials in using Islamic banking services, despite the positive trend in Bank Syariah Indonesia's development. Millennials are a productive age group, most of whom already have incomes and are familiar with technological and information developments, thus offering significant potential for driving the growth of Islamic banking. However, several factors influence this interest, such as service quality, product quality, and trust in Islamic banking institutions. Therefore, this study was conducted to determine the influence of these three variables on millennials' interest in becoming customers.

The objectives of this study are: (1) The purpose of this study was to examine the influence of service quality on millennials' interest in becoming BSI customers; (2) to examine the influence of product quality on millennials' interest; (3) to examine the influence of trust on millennials' interest; and (4) to examine the simultaneous influence of service quality, product quality, and trust on interest in becoming BSI customers.

This study used a quantitative approach with an associative approach. Data were collected by distributing questionnaires to 100 millennial respondents in Tulungagung Regency using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression, preceded by validity tests, reliability tests, and classical assumption tests.

Based on the results of my research, it can be seen that service quality (X1), product quality (X2), and trust (X3) simultaneously have a positive and significant effect on the interest of the millennial generation to become customers of Bank Syariah Indonesia (Y) in Tulungagung Regency. For the partial effect, it shows that service quality (X1), product quality (X2), and trust (X3) have a positive and significant effect on the interest of the millennial generation to become customers of Bank Syariah Indonesia (Y)