

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Pahlawan Tungagung” ini ditulis oleh Ahmad Taufiqur Rohman dengan nomor induk mahasiswa (NIM) 1741143013 jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung dengan pembimbing oleh Dr. Agus Eko Sujianto, SE., M.M. Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh perkembangan zaman yang mempercepat tersebar luasnya sebuah informasi tentang citra merek. Citra merek yang baik akan menjadi salah satu bahan promosi yang baik bagi lembaga keuangan khususnya BMT Pahlawan Tulungagung. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung?; (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung?; (3) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung? (4) Apakah ketiga variabel berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung?. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap citra merek dan keputusan menjadi nasabah pada sebuah lembaga keuangan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan yang digunakan yaitu analisis asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner (data primer). Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden Adapun analisis yang digunakan yakni regresi linier berganda, sementara uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji T), uji simultan (uji F) dengan taraf signifikansi 5%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah; (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah; (3) Citra Merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung; (4) Ketiga variabel secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek dan keputusan nasabah

ABSTRACT

The thesis with the title "The Effect of Service Quality, Product Quality and Brand Image on the Decision to Become a Customer in Hero Tungagung BMT" was written by Ahmad Taufiqur Rohman with student number (NIM) 1741143013 Islamic Banking major, Islamic Business Economics Faculty (FEBI), IAIN Tulungagung with the mentor by Dr. Agus Eko Sujianto, SE., M.M. Research in this thesis is motivated by the times that accelerate the spread of information about brand image. A good brand image will be one good promotional material for financial institutions especially BMT Heroes Tulungagung. The formulation of the problem in this study are: (1) Does the quality of service affect the decision to become a member in the BMT Heroes of Tulungagung ?; (2) Does the quality of the product affect the decision to become a member in the BMT Heroes of Tulungagung ?; (3) Does the brand image affect the decision to become a customer at BMT Pahlawan Tulungagung? (4) Are the three variables simultaneously influencing the decision to become a customer at BMT Pahlawan Tulungagung ?. The purpose of this study is to examine whether there is an influence of service quality and product quality on brand image and decision to become a customer in a financial institution.

This type of research is quantitative research. The approach used is associative analysis. Data collection techniques used are questionnaires (primary data). While the sampling technique used is simple random sampling. The number of samples used in this study were 100 respondents. The analysis used was multiple linear regression, while testing the hypothesis using a partial test (T test), simultaneous test (F test) with a significance level of 5%.

The results of this study indicate that: (1) Service quality has a positive and significant effect on the decision to become a customer; (2) Product quality has a positive and insignificant effect on the decision to become a customer; (3) Brand Image has a positive and insignificant effect on the decision to become a customer at BMT Pahlawan Tulungagung; (4) The three variables simultaneously influence the decision to become a customer at BMT Pahlawan Tulungagung.

Keywords: Service quality, product quality, brand image and customer decisions