

## ABSTRAK

### **Inayah Rahmatillah (1209220039): Pengaruh Penilaian Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Mudharabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BSI KCP Cinunuk Bandung)**

Dalam era persaingan industri perbankan, kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi faktor krusial yang mempengaruhi keputusan nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Cinunuk Bandung perlu memahami pentingnya kedua faktor ini dalam memengaruhi keputusan nasabah pada pemilihan produk mudharabah. Penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan mereka dapat menjadi indikator penting dalam strategi peningkatan layanan bank.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Gas Bank BSI KCP Cinunuk Bandung. Mengingat meningkatnya persaingan di dunia perbankan, peran pelayanan dan kepercayaan menjadi faktor krusial dalam mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk Mudharabah.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif sebagian besar dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari penyebaran kuesioner/angket. Teknik penyebaran kuesioner dilakukan kepada 100 responden yang merupakan Nasabah Bank BSI KCP Cinunuk Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai t-hitung sebesar  $3.758 > 1,660$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kepercayaan (X2) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai t-hitung sebesar  $5.515 > 1,660$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai t-hitung sebesar  $77.371 > 3,09$ , dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang baik serta tingginya kepercayaan nasabah terhadap bank dapat meningkatkan keputusan nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Keputusan Nasabah.

## ABSTRACT

**Inayah Rahmatillah (1209220039): *The Influence of Service Quality Assessment and Trust on Customer Decisions in Using Mudharabah Products (Case Study on BSI Bank Customers, KCP Cinunuk Bandung)***

*In the era of banking industry competition, service quality and trust are crucial factors that influence customer decisions. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Cinunuk Bandung needs to understand the importance of these two factors in influencing customer decisions in choosing mudharabah products.*

*This study aims to analyze the influence of Service Quality and Trust on Customer Decisions of Gas Bank BSI KCP Cinunuk Bandung. Given the increasing competition in the banking world, the role of service and trust is a crucial factor in influencing customer decisions on Mudharabah products.*

*The research method used is a quantitative method. The questionnaire distribution technique was carried out to 100 respondents who were Bank BSI KCP Cinunuk Bandung Customers. The data analysis technique used was multiple linear regression and hypothesis testing to test the effect of independent variables on dependent variables.*

*The results of the study indicate that Service Quality (X1) partially has an influence on Customer Decisions (Y) with a t-count value of  $3.758 > 1.660$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Trust (X2) has an influence on Customer Decisions (Y) with a t-count value of  $5.515 > 1.660$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Simultaneously, Service Quality (X1) and Trust (X2) have an influence on Customer Decisions (Y) with an f-count value of  $77.371 > 3.09$ , and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . These findings indicate that good service quality and high customer trust in the bank can improve customer decisions.*

**Keywords:** *Service Quality, Trust, Customer Decisions.*