

ABSTRAK

Siti Fauzah Rosadah (1199220084) Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Mekarwangi

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam yakni bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalah secara islam. Minat menjadi nasabah memiliki pengertian tersendiri disebabkan oleh beberapa faktor. Minat menjadi nasabah merupakan dorongan seseorang yang menyebabkan seseorang tersebut menyimpan uangnya di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati antara bank dengan nasabah.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, mengetahui pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Desa Mekarwangi yang sudah mempunyai KTP yaitu 2.253 jiwa dengan jumlah sampel sebanyak 339 menggunakan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan 5%, penggunaan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen. Untuk variabel dependen yaitu minat menjadi nasabah (Y), dan variabel independen yaitu variabel pengetahuan (X1), promosi (X2), lokasi (X3). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis logistic biner, uji validitas, uji reliabilitas, uji kelayakan model regresi, uji keseluruhan model dan uji hipotesis.

Dari hasil uji secara parsial variabel pengetahuan sebesar 0,000, variabel promosi sebesar 0,929 dan variabel lokasi sebesar 0,859. Dimana pengetahuan berpengaruh signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji secara simultan variabel pengetahuan, promosi dan lokasi yaitu sebesar 0,000 dimana $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kata kunci : Pengaruh, Pengetahuan, Promosi, lokasi, dan Minat Nasabah