

ABSTRAK

Shalawatina. 2022. *Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Promosi, Fasilitas, dan Pelayanan Perbankan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin)*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing Annisa Sayyid SHI. MSI.

Kata Kunci: Pengetahuan, Promosi, Fasilitas, Pelayanan, Minat Menabung

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya perbankan syariah yang didukung sumber daya manusia yang profesional dan memiliki pengalaman yang bagus mengenai sistem perbankan serta minat masyarakat memilih produk bank syariah. Salah satu upaya menarik pelanggan dan mempertahankan bank syariah agar lebih berkembang yaitu dengan menarik minat nasabah melalui faktor pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di bank syariah baik secara parsial maupun secara simultan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Menggunakan pendekatan deskriptif-kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) variabel pengetahuan memiliki pengaruh secara signifikan. Sedangkan variabel promosi, fasilitas, dan pelayanan, tidak memiliki pengaruh secara signifikan. Adapun secara simultan (uji F) variabel pengetahuan, promosi, fasilitas, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan melihat pada nilai F-hitung $>$ F-tabel ($46,660 > 2,699$), dengan nilai sig. ($0,000 < 0,05$) yang artinya masih dalam batas toleransi yang ditentukan.