

ABSTRAK

Muhammad Baihaqi, 2025. *Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin Dalam Menjadi Nasabah Tabungan E-MAS Bank Syariah Indonesia*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing 1: Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary, MA, Pembimbing 2: Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag

Kata Kunci: Pengaruh, Promosi, Pengetahuan, Keputusan Mahasiswa

BSI mengeluarkan produk tabungan E-mas dengan menggunakan fitur menabung emas melalui BSI Mobile. Adanya produk-produk baru diperlukan adanya strategi yang matang untuk menarik nasabah baru. Keputusan konsumen dipengaruhi oleh berbagai hal. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan pengetahuan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Antasari menjadi nasabah tabungan e-mas Bank Syariah Indonesia

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 96 orang responden yaitu mahasiswa FEBI UIN Antasari, Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisioner, Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) dan variabel pengetahuan konsumen (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa (Y), (X1) dengan nilai t hitung 10.567 lebih besar dari t tabel 1.985 dengan tingkat signifikasi 0,000 lebih kecil daripada 0,05 kemudian (X2) dengan nilai t hitung 4.915 lebih besar dari t tabel 1.985 dengan tingkat signifikasi 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Kemudian variabel promosi (X1) dan pengetahuan konsumen (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam menjadi nasabah produk E-mas Bank Syariah Indonesia dengan nilai F hitung sebesar 157.589 dan F tabel sebesar 3.093 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$.