

ABSTRAK

Nurul Allya Nienditha,2022. Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Dalam Mengambil Produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) Di Wilayah Banjarmasin. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Pembimbing: Prof. Dr. H. Akhmad Fauzi Aseri, M.A.

Kata Kunci: Promosi, Reputasi, Lokasi, Produk KUR (Kredit Usaha Rakyat)

Permodalan biasanya menjadi masalah bagi para calon pembisnis kecil yang ingin membangun usahanya. Dengan adanya produk KUR (Kredit Usaha rakyat) yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia akan dapat menyelesaikan masalah yang satu ini. Namun, apakah dengan adanya produk ini akan menarik hati nasabah untuk menggunakannya. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dilihat dari faktor promosi, reputasi dan lokasi.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif.. Dengan jumlah sampel sebanyak 53 orang nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Banjarmasin, dengan pengujian melalui uji analisis regresi linear berganda, serta pengumpulan data penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukan bahwa adanya pengaruh promosi dan reputasi secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah, tetapi tidak adanya pengaruh lokasi secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Selanjutnya ditemukan adanya pengaruh secara simultan atau bersamaan variabel promosi, reputasi dan lokasi terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR di wilayah Banjarmasin.