

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wulan Purnamasari
NIM : 180105020440
Tempat/Tgl. Lahir : Tanah Laut/10 Desember 2000
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 16 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Wulan Purnamasari

ABSTRAK

Wulan Purnamasari. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Pada Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Muhammad Saleh, S. IP, SH, MA

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Brand Image, Kemudahan Transaksi, Minat

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang tidak hanya sebagai tempat meminjam dan menyimpan uang tetapi aktivitas keuangan yang sangat mendukung kelancaran dalam melakukan transaksi. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan untuk menciptakan suatu image yang baik sehingga dapat meningkatkan minat nasabah serta memberikan kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi berpengaruh secara parsial dan secara simultan terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi. Metode Penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan dokumentasi, kuisioner. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif, dilihat dari nilai signifikan 0,000, brand image berpengaruh negative, dilihat dari nilai tidak signifikan 0,316 dan kemudahan transaksi berpengaruh positif, dilihat dari nilai signifikan 0,000. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah, dilihat dari nilai signifikan 0,000.