

ABSTRAK

Miftahul Jannah. 2023. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Citra Merek terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk BSI Tabunganku (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Martapura).* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Ibu Elida Mahriani, S.E.I., M.M.

Kata Kunci: Religiusitas, Pengetahuan, Citra Merek, Keputusan Nasabah.

Kepercayaan masyarakat atau nasabah untuk memilih maupun menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang ada dalam dirinya sendiri maupun dari produk itu sendiri. Oleh sebab itu, konsumen atau masyarakat harus memiliki pengetahuan yang baik dan luas serta tingkat religiusitas yang tinggi untuk mempermudah dirinya dalam menjalani hidup dan mengambil sebuah keputusan. Selain itu, pihak bank syariah harus membentuk citra perusahaan dan citra produk yang baik untuk menarik minat nasabah, sehingga yakin dan percaya memilih atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Citra Merek secara simultan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk BSI Tabunganku (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Martapura) secara parsial dan simultan.

Hasil menunjukkan secara parsial variabel Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk BSI Tabunganku. Hal ini dapat dilihat bahwa Religiusitas nilai sig. Uji t Kurang dari 0.05 ($0.00 < 0.05$), dan dua variabel tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk BSI Tabunganku karena nilai sig. Pengetahuan dan Citra Merek lebih dari 0.05 ($0.165 > 0.05$) variabel x2, ($0,161 > 0.05$). Sedangkan secara simultan semua variabel berpengaruh. Dilihat dari nilai ujiinf pada nilai sig. Sebesar ($0.000 < 0.05$)

