

ABSTRAK

Audy Putra Pratama. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Iklan dan Informasi Terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dalam Bertransaksi di Bank Syariah Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Yulia Hafizah, SHI, MEI

Kata Kunci: Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Iklan, Informasi , Keputusan, dan Mahasiswa

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin memiliki populasi mahasiswa sebanyak 11.535. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dominan menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) karena adanya keperluan akademik, jual beli dan transaksi lainnya. Apa yang mempengaruhi mereka sehingga mengambil keputusan menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) Fakta di lapangan menunjukkan berbanding terbalik dengan variabel yang ingin diteliti. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) Apakah ada pengaruh secara simultan terhadap variabel kualitas pelayanan, iklan dan informasi terhadap keputusan, (2) Apakah ada pengaruh secara parsial dari variabel kualitas pelayanan, iklan dan informasi terhadap keputusan (3) Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Sampel yang digunakan sebanyak 375 responden dengan perhitungan sampel menggunakan rumus *Slovin*, teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner atau angket ke masing-masing fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang bertempat di Jl. A. Yani Km. 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Adanya pengaruh secara simultan pada variabel kualitas pelayanan, iklan dan informasi menunjukkan nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.005$ dan f_{hitung} sebesar $132.909 > 3.04$, (2) Adanya pengaruh secara parsial terhadap variabel kualitas pelayanan, menunjukkan nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.005$ dan t_{hitung} sebesar $5.768 > 1.996$, (3) Adanya pengaruh secara parsial terhadap variabel iklan, menunjukkan nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.005$ dan t_{hitung} sebesar $8.315 > 1.996$ (4) Adanya pengaruh secara parsial terhadap variabel informasi, menunjukkan nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.005$ dan t_{hitung} sebesar $11.274 > 1.996$, (5) Variabel yang paling dominan terhadap keputusan adalah variabel informasi dengan nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.005$ dan t_{hitung} sebesar $11.274 > 1.996$