

ABSTRAK

Bank syariah adalah suatu lembaga intermediasi antara pihak yang menginvestasikan dananya di bank (investor). Selanjutnya nasabah menyalurkan dananya ke bank syariah kemudian memperoleh imbalan dari bank yang berbentuk bagi hasil yang diperbolehkan menurut syariah Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Pembiayaan FLPP. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari analisis penelitian yang dilakukan dengan alpha 5% menunjukkan bahwa hasil analisis regresi linier berganda secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaan FLPP dan secara bersama-sama mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaan FLPP. Begitu juga secara parsial variabel kualitas pelayanan, promosi dan lokasi secara masing-masing berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaan FLPP. Besar Pengaruh yang terdapat dalam koefisien determinasi yaitu sebesar 0,928 artinya adalah sebesar 92,8% variabel minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (X1), promosi (X2) dan lokasi (X3). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 7,2% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci :Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi, Minat Nasabah

ABSTRACT

Sharia banks are intermediary institutions between parties who invest their funds in banks (investors). Next, the customer channels his funds to a sharia bank and then receives a reward from the bank in the form of profit sharing which is permitted according to Islamic sharia. This research aims to find out how much influence service quality, promotion and location have on customer interest in using FLPP financing services. The analysis technique used is multiple linear regression analysis technique. The results of the research analysis carried out with an alpha of 5% show that the results of the simultaneous multiple linear regression analysis between the variables of service quality, promotion and location influence customer interest in using FLPP financing services and together influence customer interest in using FLPP financing services. Likewise, partially the variables of service quality, promotion and location each have an influence on customer interest in using FLPP financing services. The magnitude of the influence contained in the coefficient of determination is 0.928, meaning that it is 92.8% of the customer interest variable in choosing FLPP financing (Y) which can be explained by the variables service quality (X1), promotion (X2) and location (X3). Meanwhile, the remaining 7.2% can be explained by other variables not used in this research.

Keywords: Service Quality, Promotion, Location, Customer Interest

خلاصة

البنوك الشرعية هي مؤسسات وسيطة بين الأطراف التي تستثمر أموالها في البنوك (المستثمرين). بعد ذلك، يقوم العميل بتحويل أمواله إلى بنك شرعي ثم يتلقى تعويضًا من البنك في شكل مشاركة في الأرباح مسموح بها وفقًا للشريعة الإسلامية. يهدف هذا البحث إلى معرفة مدى تأثير جودة الخدمة والعروض الترويجية والموقع على اهتمام العملاء باستخدام خدمات تمويل تقنية التحليل المستخدمة هي تقنية تحليل الانحدار الخطي المتعدد. تظهر نتائج تحليل البحث الذي تم إجراؤه بألفا 5٪ **FLPP**. أن نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد في وقت واحد بين متغيرات جودة الخدمة والترويج والموقع تؤثر على اهتمام العملاء **FLPP**. خدمات تمويل **FLPP** وتؤثر معًا على اهتمام العملاء باستخدام تمويل **FLPP** باستخدام خدمات تمويل **FLPP**. وبالمثل، فإن متغيرات جودة الخدمة والترويج والموقع لها تأثير جزئي على اهتمام العملاء باستخدام خدمات تمويل **FLPP (Y)** و يبلغ حجم التأثير الذي يتضمنه معامل التحديد 0.928، أي أن 92.8% من متغير فائدة العميل في اختيار تمويل والموقع ($3 \times$). وفي الوقت نفسه، يمكن تفسير نسبة 7.2% (**X2**) والترويج (**X1**) يمكن تفسيره بمتغيرات جودة الخدمة. المتبقية بمتغيرات أخرى غير مستخدمة في هذا البحث.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، الترويج، الموقع، اهتمام العملاء