

## ABSTRAK

**Ayu sahari. 2023. Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Potensi Utama Medan.**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah* pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya. Metode penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran keusioner pada 94 orang responden dengan metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran angket, sedangkan untuk pengujian instrumen menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji f dan uji determinan.

Hasil penelitian berdasarkan uji parsial (Uji T) untuk variabel motivasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah* dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1.521 < 1.662$ ) dan nilai signifikansi  $t$  sebesar  $0,132 > 0,05$ . Untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah* dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.965 > 1.662$ ) dan nilai signifikan  $0,008 < 0,05$ . Dan untuk variabel pengetahuan produk ( $X_3$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah* dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.607 > 1.662$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan  $F_{tabel}$  sebesar 2.70, maka  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $60.772 > 2.70$ ). Hal ini berarti secara bersama-sama simultan atau terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah*. Pada hasil uji koefisien determinasi hipotesis maka diperoleh nilai Adjusted R *square* sebesar 0.658 (65,8%) artinya seluruh variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan sisanya sebesar 0.342 (34,2%) dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci:** *motivasi, pelayanan, pengetahuan produk, keputusan nasabah.*