**PENGARUH MEREK, PENGETAHUAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI (STUDI KASUS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KCP SOLOK)**

**Skripsi**

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Prodi Ekonomi Syariah*



*Oleh :*

**WILASARI RAMADANI**

**NIM : 1513060024**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**IMAM BONJOL PADANG**

**1440 H/ 2019 M**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Merek, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Solok)”** disusun oleh **Wilasari Ramadani NIM: 1513060024** telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

 .

Padang, 27 Juli 2019

Pembimbing I Pembimbing II

**H. Hari Candra,MA Helmalia, S.E., M.M**

**NIP: 197906242009121004 NIP: 198305122009122006**

**ABSTRAK**

Skripsi ini berjudul: “**Pengaruh Merek, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Solok)”** disusun oleh **Wilasari Ramadani NIM 1513060024** Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang Tahun 2019. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan bank syariah di dalam negeri pada tahun 2019 menunjukkan angka yang cukup tinggi dibanding tahun sebelumnya yaitu berdasarkan data OJK bulan April 2019 jumlah BUS dan UUS mencapai angka 4.187 dan 383. Namun, apakah peningkatan jumlah bank syariah tersebut beriringan dengan minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Terdapat beberapa faktor utama yang mendorong minat nasabah menabung, yaitu diantaranya merek, pengetahuan dan lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh merek, pengetahuan dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, khususnya di kota Solok, baik secara parsial maupun bersamaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi, dengan sampel 99 orang responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Solok. Metode analisis yang digunakan adalah regresi liniear berganda. Analisis ini meliputi: uji validasi dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f serta analisis koefisien determinasi (R²). Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel merek (X1) adalah sebesar 0,025, variabel pengetahuan (X2) adalah sebesar 0,194 dan variabel lokasi (X3) adalah sebesar 0,029. Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan uji t bahwa variabel merek (X1) yang diteliti tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah (Y) dan variabel pengetahuan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah (Y) serta variabel lokasi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah (Y). Kemudian hasil uji f diketahui bahwa variabel merek, pengetahuan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah. Kemudian variabel merek (X1), variabel pengetahuan (X2) dan variabel lokasi (X3) memiliki kontribusi secara bersama-sama sebesar 25,5% terhadap variabel terikatnya minat menjadi nasabah (Y) sedangkan sisanya sebesar 75,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa pengetahuan merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Solok.

**Kata kunci: Merek, Pengetahuan, Lokasi, Minat**