

## ABSTRAK

### **PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGETAHUAN, FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA CABANG KUDUS, Oleh : Lutfi Abdul Hadi NIM. 1720510020.**

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dan berbagai produknya dikembangkan berlandaskan syaria'ah Islam, khususnya berkaitan dengan pelarangan riba (bunga), maisir (spekulasi), dan gharar (ketidakjelasan). Kepercayaan mahasiswa terhadap bank syariah berdampak akan kemajuan dunia perbankan syariah saat ini. Sehingga kepercayaan mahasiswa membutuhkan adanya pengetahuan yang mumpuni. Ditunjang dengan fasilitas yang memadai. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, pengetahuan, fasilitas untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan dengan membagi kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus dengan mengetahui pengaruh kepercayaan, pengetahuan, dan fasilitas terhadap keputusan menjadi nasabah di BSI. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi liner berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah dengan menggunakan Aplikasi Microsoft Excel dan SPSS 25 dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan dan fasilitas memiliki pengaruh baik secara parsial terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah di BSI. Untuk variabel pengetahuan tidak berpengaruh baik secara parsial terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah di BSI. Sedangkan variabel kepercayaan, pengetahuan, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah di BSI. Pada uji *R square*, menjelaskan bahwa variabel kepercayaan, pengetahuan dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah di BSI sebesar 47,1%. Sedangkan sisanya sebesar 0,529 atau sebesar 52,9% variabel yang lain atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

**Kata kunci: Kepercayaan, Pengetahuan, Fasilitas, dan Keputusan Menjadi Nasabah**