

ABSTRAK

Nabilah Tanjach Muna, NIM 1950410124, Pengaruh Pengetahuan dan Minat Santri dalam keputusan Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Tahfidz Putri Al-Ghurobaa' Kudus)".

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan minat santri terhadap pemilihan produk di Bank Syariah Indonesia. Pengetahuan tentang perbankan syariah dan minat berpengaruh terhadap keputusan santri untuk memilih produk di Bank Syariah Indonesia dikarenakan kurangnya pemahaman dan ketertarikan santri terhadap transaksi-transaksi atau produk yang ada di Bank Syariah Indonesia.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teori pengambilan keputusan dimana teori ini merupakan ilmu yang mempelajari tentang cara memilih alternatif yang tepat yang akan dijadikan sebuah keputusan dan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Teori ini menyatakan bahwa seseorang memiliki keterbatasan pengetahuan dan bertindak hanya berdasarkan persepsinya terhadap situasi yang sedang dihadapi.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan mengambil objek pada santri pondok pesantren tahfidz putri Al-Ghurobaa'. Sedangkan untuk pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dan menggunakan rumus Slovin dengan jumlah sampel 77 responden. Adapun data yang diperoleh dari penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda.

Dalam Analisis Penelitian ini, peneliti menggunakan Program SPSS Versi 25 dengan analisis data meliputi (Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, Uji Koefisien Determinasi, Uji Signifikansi Simultan, Uji Parsial dan Uji Regresi Linier Berganda). Hasil dari 77 responden menunjukkan bahwa Hasil uji t para variabel Tingkat Pengetahuan, yaitu sebesar $6,134 > 1,992$ dan Variabel Minat yaitu sebesar $(4,571 > 1,992)$. Sedangkan uji simultan dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $(90,651 > 2,74)$. Besarnya pengaruh tersebut ditunjukkan oleh besarnya Adjusted R Square sebesar 0,702. Yang mana artinya 70,2% perubahan keputusan memilih produk dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan dan Minat. Sisanya 29,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan memilih produk Bank Syariah Indonesia. Dari kedua variabel tersebut pengetahuan memiliki pengaruh yang paling besar untuk keputusan memilih produk di Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci : Keputusan Memilih Produk, Pengetahuan dan Minat