

## ABSTRACT

**Fakultas Ekonomi  
S-1 Manajemen  
2016**

Name : NADYA PUTRI

NPM : 120.2011.017

Judul : Faktor faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan Bank Syariah

Perbankan Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Bank Syariah bukan merupakan hal yang baru bagi dunia perbankan. Dapat kita ketahui di pengujung tahun 90-an perbankan konvensional banyak di likuidasi akibat krisis moneter, tetapi justru perbankan syariah mampu bertahan bahkan semakin berkembang.

Pada dasarnya operasional perbankan syariah tidak terlalu jauh dari bank konvensional, tetapi pada perbankan syariah melarang riba, gharar dll. Perbankan syariah tidak hanya melayani secara langsung, tetapi juga secara online, serta banyak produk Bank Syariah lainnya yang memiliki pengaruh berbeda-beda terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah.

Skripsi berjudul “Faktor faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan Bank Syariah” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Teknologi, Produk, Promosi dan Pengetahuan Nasabah dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan Bank Syariah. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, menggunakan data primer dan menggunakan teknik pengumpulan *purposive sampling*, dengan melibatkan 114 responden pengguna Bank Syariah sebagai sample.

Kata Kunci: Teknologi, Produk, Promosi and Pengetahuan Nasabah

## **ABSTRACT**

**Faculty of Economics  
S-1 Management  
2016**

Name : NADYA PUTRI

NPM : 120.2011.017

Title : Factors affecting customer decision using Islamic Bank

Islamic Banking is the banks that operate in accordance with the principles of Islamic Shari'a. Bank Syariah is not a new thing for the banking industry. Can we know at the end of the 90s many conventional banks in liquidation as a result of the financial crisis, but rather the Islamic banking survived and even flourished.

Basically Operations Islamic banking is not too far from conventional banks, but in Islamic banking prohibits usury, gharar etc. Islamic banking does not only serve directly, but also online, as well as many other Islamic Banking products which have a different effect on the customer's decision to use Islamic Bank.

Thesis entitled "Factors influencing customers using Islamic Bank" The purpose of this study was to determine how much influence Technology, Product, Promotion and Customer Knowledge can affect customers in using Islamic Bank. This research method using descriptive qualitative method, using primary data collection and using purposive sampling techniques, involving 114 respondents the Islamic Bank as a sample.

Keywords: Technology, Product, Promotion and Customer Knowledge