

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah dalam Transaksi Bisnis Online (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Capem Payakumbuh)**” yang disusun oleh **Nikmatul Asiah** dengan NIM 3316.319 Prodi S1 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Produk, Promosi dan Harga terhadap keputusan seseorang menggunakan layanan perbankan syariah dalam transaksi Bisnis online.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah bank muamalat Indonesia Tbk Capem Payakumbuh. Pembagian kuesioner sebanyak 98 sampel dengan kriteria pernah menggunakan layanan perbankan syariah dalam transaksi bisnis online. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *proportional random sampling*. Data sekunder yang mendukung penelitian ini. Metode statistik menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan pengujian hipotesis uji statistik t dan f. Data diolah dengan menggunakan *spss 20*.

Hasil penelitian menunjukkan hasil persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 2,598 + 0,127 X_1 + 0,719 X_2 + 0,166 X_3 + e$. Dengan hasil konstanta sebesar 2,598 menyatakan variabel produk 0,127, jika produk meningkat satu satuan maka keputusan memilih layanan bank syariah meningkat sebesar 0,127. Variabel promosi sebesar 0,719, jika promosi meningkat satu satuan maka keputusan memilih layanan bank syariah meningkat sebesar 0,719. Variabel harga sebesar 0,166, jika harga meningkat satu satuan maka keputusan memilih layanan bank syariah meningkat sebesar 0,166. Dan hasil uji t menunjukkan bahwa produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan memilih layanan bank syariah ditunjukkan dengan hasil uji t hitung > t tabel yaitu $2,248 > 1,985$. Promosi secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan memilih layanan bank syariah ditunjukkan dengan hasil uji t hitung > t tabel yaitu $10,192 > 1,985$. Harga secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan memilih layanan bank syariah ditunjukkan dengan hasil uji t hitung > t tabel yaitu $3,605 > 1,985$. Produk, promosi dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih layanan bank syariah ditunjukkan dengan F hitung > F tabel yaitu $74,075 > 2,70$. Dan semua nilai signifikan dibawah 0,05.

Kata kunci : Keputusan Memilih Layanan, Bank Syariah, Bisnis Online, Produk, Promosi, Harga