

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: “**Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus PT.Bank Syariah Indonesai KCP Solok Ahmad Dahlan 1**” yang disusun oleh Devino Eriza, Nim: 3317266 Jurusan SI Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Latar belakang penulis mengangkat judul ini adalah adanya penurunan jumlah nasabah dari tahun ke tahun pada Bank Syariah Indonesia KCP Solok Ahmad Dahlan I. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa faktor seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk yang kurang memuaskan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil analisis seberapa nilai besaran pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus PT.Bank Syariah Indonesai KCP Solok Ahmad Dahlan 1. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field search*) yang merupakan usaha pengumpulan data secara langsung dilapangan atau dilokasi penelitian dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner atau observasi. Penelitian ini bersifat *correlation study* (kuantitatif).

Metode analisa data yang digunakan adalah (1) uji instrumen penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, (2) teknik analisis data menggunakan Uji Multikonelinitas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinansi, Uji T, Uji F dengan menggunakan program SPSS dan bantuan *Microsoft Excel*. Dalam penelitian ini Diferensiasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Citra Merek (X3) sebagai variabel independen dan Keputusan Konsumen sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Diferensiasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Citra Merek (X3) memiliki pengaruh yang signifikan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus PT.Bank Syariah Indonesai KCP Solok Ahmad Dahlan 1 yang dibuktikan dengan hasil regresi linear berganda  $Y = 19,550 + 0,089X_1 - 0,101 X_2 + 0,243 X_3 + e$  dimana angka ini menunjukkan nilai yang positif. Hasil koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 8 % berpengaruh lemah karena nilainya tidak sampai 50% sedangkan sisanya yang 92% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang penulis lakukan ini. Berdasarkan uji F memperoleh hasil nilai signifikansi nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $0,053^{b} Sig. < 0,05$  ( $0,053 < 0,05$ ), maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) semua variabel independen (Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Konsumen).

*Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Keputusan Konsumen*