

ABSTRAK

JHENI LIDIAWATI 2024, “*Pengaruh Sosialisasi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Hendra Safri.

Skripsi ini membahas masalah tentang bagaimana pengaruh Sosialisasi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana pengaruh Sosialisasi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni yang berjumlah 6.324. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan dokumentasi. Data di analisis menggunakan SPSS Versi 25. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel sosialisasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dengan nilai $t_{hitung} 0,215 < t_{tabel} 1,984$. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan Variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dengan nilai $t_{hitung} 4,633 > t_{tabel} 1,984$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 15,190 dan nilai f_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 3,09 maka nilai f_{hitung} model tersebut lebih besar dari nilai f_{tabel} yang digunakan atau $15,190 > 3,09$ kemudian nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Kata kunci : Sosialisasi, *Word Of Mouth* , Bank Syariah, Keputusan Nasabah.