

ABSTRAK

Putri Mega Utami, 2024. “*Pengaruh Reputasi dan Keunggulan Produk Easy Wadi’ah Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kota Palopo (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Angkatan 2019)*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah reputasi dan keunggulan produk easy wadi’ah berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 164 responden didapat dengan menggunakan rumus slovin, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner/angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Variabel reputasi (X_1) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kota Palopo (Y). 2) Variabel keunggulan produk easy wadi’ah (X_2) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kota Palopo (Y). 3) variabel reputasi (X_1) dan keunggulan produk easy wadi’ah (X_2) dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kota Palopo (Y) dengan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,309 yang berarti 30,9% variasi dalam variabel dependen yaitu keputusan menabung (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu variabel reputasi (X_1) dan keunggulan produk easy wadi’ah (X_2) dengan sisanya sebesar 69,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Reputasi, Keunggulan Produk Easy Wadi’ah, Keputusan Menabung

ABSTRACT

Putri Mega Utami, 2024. "The Effect of Reputation and Product Excellence of Easy Wadi'ah on Saving Decisions at Bank Syariah Indonesia in Palopo City (Study on IAIN FEBI Students Class of 2019)". Thesis Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

This study aims to determine whether the reputation and product advantages of easy wadi'ah affect saving decisions at Bank Syariah Indonesia in Palopo City. This study uses a type of quantitative research with a sample size of 164 respondents obtained using the slovin formula, the data collection techniques used in this study are questionnaires / surveys and documentation. The data analysis technique used in this study is multiple regression analysis with the help of SPSS software. The results of this study indicate that: 1) Reputation variable (X1) partially has a positive effect on saving decisions at Bank Syariah Indonesia in Palopo City (Y). 2) The easy wadi'ah product excellence variable (X2) partially has a positive effect on saving decisions at Bank Syariah Indonesia in Palopo City (Y). 3) Reputation variables (X1) and the advantages of easy wadi'ah products (X2) in this study have a simultaneous (joint) effect on saving decisions at Bank Syariah Indonesia in Palopo City (Y) with an R Square (R²) value of 0.309 which means that 30.9% of the variation in the dependent variable, namely saving decisions (Y) can be explained by the independent variable, namely the reputation variable (X1) and the advantages of easy wadi'ah products (X2) with the remaining 69.1% explained by other variables not included in this study.

Keywords: Reputation, Easy Wadi'ah Product Advantage, Saving Decision