

ABSTRAK

Nama : Khoirun Nisa
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Konvensional Pro Aktif Menggunakan Rekening Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di Wilayah Belitung).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, produk, pelayanan bank syariah terhadap minat nasabah Bank konvensional pro aktif menggunakan rekening bank syariah. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai dua rekening yaitu rekening bank syariah dan bank konvensional dan yang lebih aktif menggunakan rekening bank syariah di Belitung, dan jumlah sample dilakukan secara *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun data yang digunakan penelitian ini adalah data primer dan sekunder teknik pengumpulan data menggunakan wawancara kuisioner dan *google form*. Analisis data yang digunakan untuk menguji pengaruh promosi, produk, pelayanan, bank syariah terhadap minat nasabah Bank konvensional pro aktif menggunakan rekening bank syariah menggunakan Uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini bahwa terdapat Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan dari variabel promosi, produk, dan Pelayanan terhadap variabel minat nasabah pro aktif menggunakan bank syariah. Adapun saran dari penelitian ini Memberikan pengetahuan promosi, produk dan pelayanan yang lebih mendalam kepada nasabah bank syariah, sehingga tidak lagi muncul kesalahan persepsi tentang perbankan syariah. Dimana bank syariah dianggap sama dengan bank konvensional.

Kata Kunci : Minat Nasabah Pro Aktif, Pelayanan, Produk, Promosi.

ABSTRACT

Name : *Khoirun Nisa*
Study Program : *Sharia Banking*
Title : *Factors Influencing Conventional Bank Customers Pro
Actively Using Sharia Bank Account (Case Study of Customer
In Belitung Region).*

This study aims to determine the effect of promotions, products, services, Islamic banks on the interest of customers of conventional banks pro-actively using Islamic bank accounts. The method used in this research is a quantitative method. The population of this research is customers who have two accounts, namely sharia bank accounts and conventional banks and who are more active in using sharia bank accounts in Belitung, and the number of samples is carried out by non-probability sampling with purposive sampling method. The data used in this research are primary and secondary data, data collection techniques using questionnaire interviews and google from. Analysis of the data used to test the effect of promotions, products, services, Islamic banks on customer interest. Conventional banks are pro-active in using Islamic bank accounts using multiple linear regression test. The results of this study indicate that there is a simultaneous positive and significant influence of the promotion, product, and service variables on the variable of pro-active customer interest in using Islamic banks. The suggestions from this research provide more in-depth knowledge of promotions, products and services to Islamic bank customers, so that there are no more misperceptions about Islamic banking. Where Islamic banks are considered the same as conventional banks.

Keywords: Pro-Active Customer Interest, Service, Product, Promotion.