

ABSTRAK

RAODATUL JANNAH.10525023815. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada Bank Syariah Mandiri (Studi pada Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Makassar).* Di bimbing oleh Hurriah Ali Hasan dan Fakhruddin Mansyur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Makassar. Penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar dengan lokasi penelitian berada di Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yg menggunakan angket yg di sebar kepada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Makassar untuk menggali informasi tentang Kualitas pelayanan dan *Brand Image* Bank Syariah Mandiri untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan uji t_{test} , uji F_{test} , dan koefisien determinasi (*R square*) dengan bantuan komputer program SPSS (*Stastical Package For Social Science*). Hasil uji statistik yang telah dilakukan mendapatkan hasil sebagai berikut: hasil uji t_{test} dan uji F_{test} menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, baik secara simultan maupun parsial. Hasil dari uji selanjutnya yaitu uji koefisien determinasi (*R square*) menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan menabung, ini ditunjukkan dengan nilai *R square* sebesar 40,7%, dan sisanya sebesar 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, *Brand Image*, Keputusan Menabung

ABSTRACT

RAODATUL JANNAH.10525023815. 2018. The Effect of Service Quality and Brand Image on Customer's Decisions to Save at Bank Syariah Mandiri (Study at Bank Syariah Mandiri Unismuh Makassar Cash Office). Supervised by Hurriah Ali Hasan and Fakhruddin Mansyur.

This study aims to determine whether there is an effect of service quality and brand image on the customer's decision to save at Bank Syariah Mandiri Unismuh Cash Office Makassar. This research was conducted in the city of Makassar with the location of the study being in Syariah Bank Mandiri Unismuh Cash Office Makassar. The method used in this study is a quantitative approach that uses a questionnaire distributed to customers of the Bank Syariah Mandiri Makassar Unismuh Cash Office to explore information about the service quality and Brand Image of Bank Syariah Mandiri to find out its effects on the customer's decision to save. The statistical test in this study uses the ttest, Ftest, and the coefficient of determination (R square) with the help of a computer program SPSS (Statistical Package For Social Science). The results of the statistical tests that have been carried out get the following results: the results of the ttest and Ftest tests show that the service quality and brand image variables have a positive and significant effect on the customer's decision to save, both simultaneously and partially. The results of the next test is the coefficient of determination (R square) test shows that service quality and brand image variables influence the saving decision, this is indicated by the R square value of 40.7%, and the remaining 59.3% is influenced by other variables outside the model.

Keywords: Service quality, Brand Image, Savings Decision