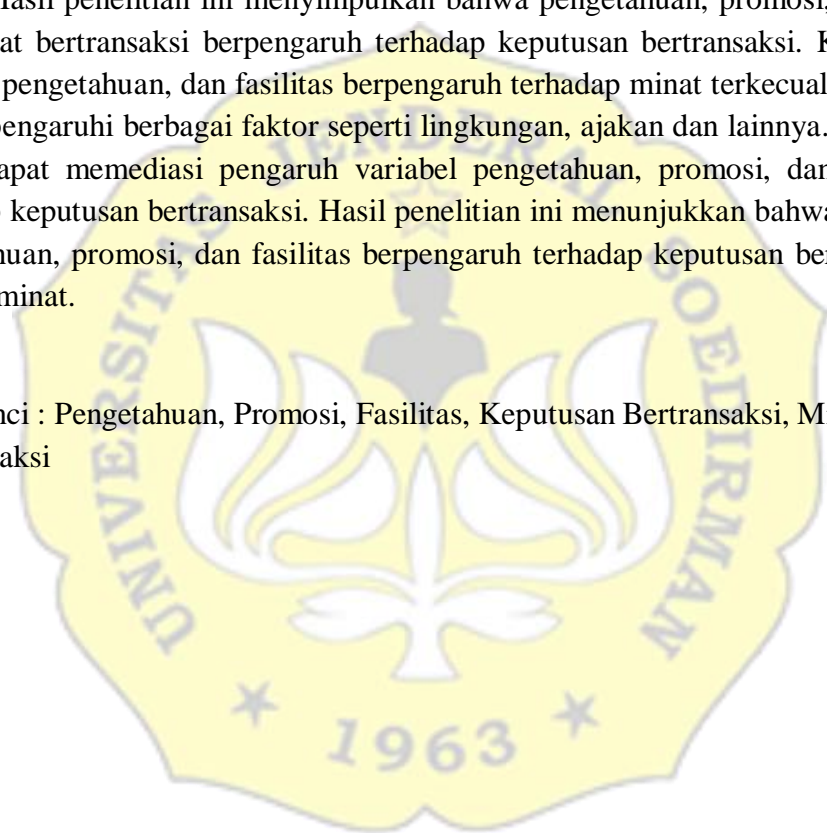


RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan bertransaksi di bank syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dengan responden sebanyak 100 orang, Data yang digunakan adalah data primer dari penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* pendekatan *purposive sampling*. Adapun metode analisis yang digunakan adalah *path analysis* dan uji Sobel dengan menggunakan program SPSS 25.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan, promosi, fasilitas, dan minat bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi. Kemudian variabel pengetahuan, dan fasilitas berpengaruh terhadap minat terkecuali promosi yang dipengaruhi berbagai faktor seperti lingkungan, ajakan dan lainnya. Variabel minat dapat memediasi pengaruh variabel pengetahuan, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan bertransaksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, promosi, dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui minat.

Kata kunci : Pengetahuan, Promosi, Fasilitas, Keputusan Bertransaksi, Minat Bertransaksi



SUMMARY

This research aims to determine the influence of knowledge, promotion and facilities on transaction decisions in Islamic banks with interest as an intervening variable. The population in this research is the community with 100 respondents. The data used is primary data from distributing questionnaires. The sampling technique uses non-probability sampling, a purposive sampling approach. The analysis method used is path analysis and Sobel test using the SPSS 25 program.

The results of this research conclude that knowledge, promotion, facilities and interest in transactions influence transaction decisions. Then the variables of knowledge and facilities influence interest, with the exception of promotion which is influenced by various factors such as environment, invitation and others. Interest variables can mediate the influence of knowledge, promotion and facility variables on transaction decisions. The results of this research show that the variables of knowledge, promotion and facilities influence transaction decisions through interest.

Keywords : Knowledge, Promotion, Facilities, Transaction Decisions, Interest in Transactions

