

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi dan *profit loss sharing* secara per individu (partial) maupun secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Populasi penelitian ini nasabah yang menabung Di Bank Syariah Mandiri baik itu laki-laki maupun perempuan. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* sebanyak 51 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 41 item pertanyaan yang dinilai dengan skala Likert 1-4 yang diuji validitas serta reliabilitasnya dan Uji Teknik analisis data untuk menjawab hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis berganda.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliable. Berdasarkan analisis regresi pada taraf signifikan 5% menunjukkan (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan pelayanan terhadap Keputusan masyarakat menjadi nasabah bankan Syariah, dengan koefisien korelasi  $r_{x1y}$  sebesar 0,402; dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Keputusan masyarakat menjadi nasabah bankan Syariah, dengan koefisien korelasi  $r_{x2y}$  sebesar 0,256; dan nilai signifikansi  $0,034 < 0,05$ . (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan *Profit loss sharing* terhadap Keputusan masyarakat menjadi nasabah bankan Syariah, dengan koefisien korelasi  $r_{x3y}$  sebesar 0,312; dan nilai signifikansi  $0,019 < 0,05$ . (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri dengan koefisien korelasi  $R_{xy(1,2,3)}$  sebesar 0,738 dan koefisien determinasi nilai  $R^2_{xy(1,2,3)}$  sebesar 0,545; dan Fhitung sebesar 18,771 lebih besar dari Ftabel sebesar 2,80.

**Kata Kunci:** Pelayanan, Promosi, *Profit-Loss Sharing*, Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah.