

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Nazil Haqqi  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Nasabah Dalam Layanan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh edukasi layanan, persepsi kemudahan dan keamanan sistem terhadap partisipasi nasabah (Studi kasus di Bank Syariah Indonesia Kota Lhokseumawe). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari jumlah total 28.138 populasi. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan dianalisis menggunakan program SPSS 22. Metode analisis data adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa edukasi layanan berpengaruh terhadap Partisipasi nasabah, variabel edukasi layanan (X1) memperoleh thitung sebesar 3.209 dan ttabel sebesar 1.661 artinya thitung > ttabel atau (3.209>1.661) dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,002. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap partisipasi nasabah, persepsi kemudahan (X2) memperoleh thitung sebesar 4.329 dan ttabel sebesar 1.661 artinya thitung > ttabel atau (4.329>1.661) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Keamanan sistem berpengaruh terhadap partisipasi nasabah, Keamanan sistem (X3) memperoleh thitung sebesar 2.961 dan ttabel sebesar 1.661 artinya thitung > ttabel atau (2.961>1.661) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,004. Edukasi layanan, Persepsi kemudahan dan Keamanan sistem secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Partisipasi nasabah. Dimana nilai Fhitung sebesar 87.640 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan Ftabel dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ) pada probabilitas 0,05 dan  $df_2=n-k-1$  (100-4=96) serta diperoleh nilai Ftabel sebesar 3.940. Maka hasil uji-F menunjukkan bahwa Fhitung > Ftabel (87.640 > 3.940). Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,733 atau 73,3%, artinya variabel Edukasi layanan, persepsi kemudahan dan keamanan sistem mampu memengaruhi partisipasi nasabah sebesar 73,3%. sedangkan selebihnya 26,7% partisipasi nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti religiusitas atau komitmen keagamaan, kualitas pelayanan karyawan, dan aksesibilitas lokasi.

Kata kunci : Edukasi layanan, Persepsi kemudahan, Keamanan sistem dan Partisipasi nasabah

## ABSTRACT

Name : Muhammad Nazil Haqqi  
Study Program : Sharia Economics  
Title : Factors Influencing Customer Participation in Islamic Banking Services (Case Study at Bank Syariah Indonesia (BSI) in Lhokseumawe City)

*This study aims to determine and analyze the influence of educational services, perceived ease and security systems on customer participation (Case study at Bank Syariah Indonesia, Lhokseumawe City). The number of samples in this study was 100 respondents from a total of 28,138 populations. Data were obtained by distributing questionnaires and analyzed using the SPSS 22 program. The data analysis method was multiple linear regression. The partial results showed that educational services had an effect on consumer participation. From the results of the study, the service education variable (X1) obtained a t count of 3.209 and a t table of 1.661, meaning that  $t \text{ count} > t \text{ table}$  or  $(3.209 > 1.661)$  with a significance level greater than 0.05, namely 0.002. Perceived ease of use has an effect on customer participation. Perceived ease (X2) obtained a t count of 4.329 and a t table of 1.661, meaning that  $t \text{ count} > t \text{ table}$  or  $(4.329 > 1.661)$  with a significance level smaller than 0.05, namely 0.000. The security system has an effect on customer participation. The security system (X3) obtained a t count of 2.961 and a t table of 1.661, meaning that  $t \text{ count} > t \text{ table}$  or  $(2.961 > 1.661)$  with a significance level smaller than 0.05, namely 0.004. Educational services, Perceived ease and Security systems simultaneously have a significant effect on customer participation. Where the F count value is 87.640 with a significance level of 0.000. Meanwhile, Ftable with a confidence level of 95% ( $\alpha = 5\%$ ) at a probability of 0.05 and  $df_2 = n-k-1$  ( $100-4 = 96$ ) and the Ftable value obtained is 3.940. So the results of the F-test show that  $F \text{ count} > F \text{ table}$  ( $87,640 > 3,940$ ). The coefficient of determination (R Square) is 0.733 or 73.3%, meaning that the variables of Educational Services, Perceived Convenience and Security Systems are able to influence customer participation by 73.3%. while the remaining 26.7% of consumer participation is influenced by other variables not included in this study such as religiosity or religious commitment, employee service quality, and location accessibility.*

**Keywords:** *Service Education, Perceived Ease of Use, System Security, and Customer Participation*