

ABSTRACT

Prasetyo Suharyanto, The Influence of Service Quality, Word Of Mouth and Religiosity on Customer Decisions to Use Sharia Financing During The Covid-19 Pandemic. Under the guidance of Fariyana Kusumawati, S.E., M.Si.

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, word of mouth and religiosity on customer decisions to use Islamic financing.

The research method used in this study is a quantitative research method using primary data through questionnaires. The sampling technique used purposive sampling and analyzed using multiple linear regression analysis.

The results of this study are that partially the service quality variable and the religiosity variable affect the customer's decision to use sharia financing, while the word of mouth variable does not affect the customer's decision to use sharia financing. Through the R² test in this study, the independent variable can explain 62.5% and for 34.8% it is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *The Influence of Service Quality, Word Of Mouth and Religiosity on Customer Decisions, The Covid-19 Pandemic*

ABSTRAK

Prasetyo Suharyanto, Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Syariah Di Masa Pandemi Covid-19. Dibawah Bimbingan Fariyana Kusumawati, S.E., M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth* dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan syariah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini adalah bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan syariah, sedangkan untuk variabel *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan syariah. Melalui uji R^2 pada penelitian ini variabel independen dapat menjelaskan sebesar 62.5% dan untuk 34.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth dan Religiusitas, Keputusan Nasabah, Pandemi Covid-19*