

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Citra Perusahaan, Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Masyarakat Kepada Pembiayaan Mudharabah di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) UGT Sidogiri Cabang Surabaya**” ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara citra perusahaan, reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan masyarakat kepada produk pembiayaan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk melakukan Uji hipotesis dengan analisa statistik regresi linear berganda dengan bantuan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner yang diukur menggunakan Skala Likert dan disebarakan kepada 78 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk menggali informasi secara mendalam terkait permasalahan yang diteliti oleh peneliti, dan pengumpulan data dalam penelitian ini, selain menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarakan juga menggunakan data sekunder yaitu wawancara dan studi kepustakaan.

Data yang sudah diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas data, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Selanjutnya setelah uji asumsi klasik, data di uji dengan uji hipotesis yaitu uji F (simultan) dan uji T (parsial). Kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan di uji koefisien determinasinya, tujuannya untuk mengetahui kelayakan model yang layak untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan, reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat di BMT UGT Sidogiri Cabang Surabaya dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2,818 dan nilai signifikansi sebesar 0,045. Hasil koefisien determinasi *Adjust R Square* diperoleh sebesar 0,550 berarti 55,0% variabel kepercayaan dapat dijelaskan oleh citra perusahaan, reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 45,0% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.