

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang dengan pemahaman sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu angket (kuesioner). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang, dengan penarikan sampel sebanyak 75 responden. Analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan metode structural equation *model-partial leastsquare* (SEM-PLS) dengan alat statistik smartPLS 4.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah, pemahaman berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah, pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap pemahaman Bank Syariah, dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah dengan pemahaman sebagai variabel moderasi.

**Kata Kunci : Pengetahuan, Pemahaman, Keputusan Nasabah**

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of knowledge on customers' decisions to choose Bank Syariah Indonesia Palembang Branch Office with understanding as a moderating variable. This research uses quantitative data with data collection techniques, namely questionnaires. The population in this study were customers of Bank Syariah Indonesia Palembang Branch Office, with a sample of 75 respondents. Data analysis and hypothesis testing used the structural inquiry model-partial least squares (SEM-PLS) method with the SmartPLS 4.0 statistical tool.*

*The results of the analysis show that knowledge has a significant effect on customers' decisions to choose Sharia Banks, understanding has a significant effect on customers' decisions to choose Sharia Banks, knowledge has a significant effect on understanding Sharia Banks, and knowledge has a significant effect on customers' decisions to choose Sharia Banks with understanding as a moderating variable.*

**Keywords: Knowledge, Understanding, Customer Decisions**