

Pengaruh perilaku konsumen, persaingan dan teknologi terhadap Fee Based Income di Bank Syariah Mandiri

Yuana Jatu Nilawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109723&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar faktor Perilaku Konsumen, Persaingan dan Teknologi mempengaruhi fee based income di Bank Syariah Mandiri dengan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda dan model crosstabs. Sampel yang diperoleh sebesar 100 responden dengan populasi yang tidak diketahui.

Uji KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) Measure of Sampling Adequacy pada kedua factor sebesar 0,712, sedangkan nilai Barlett's Test of Sphericity mempunyai nilai 183.905 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti semua faktor-faktor tersebut adalah valid mempengaruhi Fee based income di Bank Syariah Mandiri.

Dalam uji validitas kesemua factor yang diuji telah valid dikarenakan nilai R hitting > R tabel 0,444. Uji reliabilitas diperoleh nilai 0,898, diatas 0,6 berarti semua variabel adalah reliable. Berdasarkan hasil tabulasi silang yang menggunakan uji chi square, antara jenis kelamin dan faktor sesuai syariah, return yang tinggi, biaya dan akses memiliki hubungan yang signifikan: antara status dengan produk yang variatif sebesar 0,013 lebih dari 0,05 berarti Ho ditolak, antara dua variabel yang diuji ada hubungan.

Hasil dari analisa regrasi berganda didapat hasil R2 sebesar 0.573 yang berarti semua faktor independen yang di ambil peneliti mempengaruhi fee based income di Bank Syariah Mandiri sebesar 57.3%. Dengan hasil bahwa Perilaku konsumen mempengaruhi secara positif terhadap fee based income di Bank Syariah Mandiri, Faktor persaingan berpengaruh negatif terhadap fee based income di Bank Syariah Mandiri sedangkan Faktor Teknologi tidak mempengaruhi fee based income di Bank Syariah Mandiri secara signifikan, dilihat dari persamaan berikut ini :

Fee based income = 4.208 + 0.201 Perilaku Konsumen - 0.214 Persaingan + 0.01822 Teknologi

ABSTRACT

The goal of this research is to evaluate Consumer Behavior, Competition and Technology can influence Fee Based Income in Mandiri Syariah Bank Researcher uses double regression and crosstabs method, and researcher used 100 samples with unknown population.

KM4 (Kaiser-Meyser-Olkin) test Measure of Sampling Adequacy is 0.712 and value of Barlet's Test of Sphericity is 183.905 with 0.000 significant value. It means that all factors are valid to influence Fee Based Income in Mandiri Syariah Bank

At validity test, all tested factors are valid, because of the value of R counting > R table = 0.444. Reability

test is 0.898 and more than 0.6 means all variable are reliable. Based on crossed tabulation value using chi square test between gender and Syariah method system factor. High return, cost and access have significant related between status and various product at 0.013, with is more than 0.05 means Ho regretted and there is a relation between two tested variables.

R2 at this research is 0.573 it means all independent factors influenced fee based income at 57.3%.The achievement are in Mandiri Syariah Bank Consumer Behavior influences positively to Fee Based Income, Competition Factor influences negatively to Fee Based Income and Technology factor has no influence to Fee Based Income significantly, based on this equation bellows :

Fee based income = 4.208 + 0.201 of consumer behavior - 0.214 of competition + (27.100) (11.043) (-11.055) 0.01822 of technology (0.689)