

Pengaruh karakteristik individu terhadap proses pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah: Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Palmerah

Arief Budiman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=117099&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel karakteristik individu, yaitu sumber daya konsumen, keterlibatan dan motivasi, pengetahuan, sikap, dan kepribadian, nilai, dan gaya hidup terhadap proses pengambilan keputusan menjadi nasabah, yaitu identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan menjadi nasabah, dan perilaku pasca menjadi nasabah dengan studi kasus BSM KCP Palmerah. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala Likert yang telah lulus uji validitas dan reliabilitas dengan teknik sampling convenience sample dan dengan jumlah sampel 100. Responden dipilih yang telah menjadi nasabah BSM. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel adalah analisis regresi berganda (Multiple Regression).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel karakteristik individu secara keseluruhan berada pada tingkat positive-moderate dengan variabel yang berpengaruh positif secara signifikan adalah kepribadian, nilai, dan gaya hidup pada urutan pertama, pengetahuan pada urutan kedua serta keterlibatan dan motivasi pada urutan ketiga. Dan variabel lainnya, yaitu sumber daya konsumen dan sikap tidak berpengaruh secara positif dan signifikan. Akan tetapi, secara bersama-sama, karakteristik individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan menjadi nasabah.

<hr>

The purpose of this research is to analyze the influence of individual characteristic variables, namely consumer resources, involvement and motivation, knowledge, attitude and personality, value and life style toward decision making process to be a customer of a sharia bank. Decision making process includes the process of need identification, information searching, alternative evaluation, decision to be a customer and behaviour after being customer. The research is a case study of BSM KCP Palmerah. Data were collected from selected respondent, BSM existing customer, using Likert-scale questionnaire which were valid and reliable with the sampling technique used was convenience sample with 100 respondent data. To analyze the cause-effect relationship within variables, the multiple regression was conducted.

The result of this research shows that individual characteristic variable as a whole towards decision making process is positive-moderate. The variables which are significantly positive are personality, values, and life style at the first rank, knowledge at the second rank and involvement and motivation at the third rank. Consumer resources and attitude do not influence positively the decision making process. However, individual characteristic as a whole influences positively and significantly toward decision making process to be a bank customer.