

The influence of Islamic culture practice towards customer intention to choose Islamic bank service in Indonesia = Pengaruh praktik budaya Islam terhadap keinginan konsumen dalam memilih pelayanan bank syariah di Indonesia

Humaira Zahra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494944&lokasi=lokal>

Abstrak

This study aims to determine the impact of Islamic culture practice in the form of Islamic Attributes and Islamic Value which applied in Islamic Bank towards customer intention to choose Islamic Bank in Indonesia. Religiosity was also being measured as a factor as a part of Islamic culture practice by societies. This study using quantitative approach method by analyzing the data using SEM (Structural Equation Modeling). Respondents in this study are Islamic Bank uncaptured target customers which consist of 148 Muslim in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi who have a high degree of education. The result shows that Islamic value has significant influence on customer intention. On the other hand, Islamic Attributes and Religiosity has no significant impact on customer intention.

<hr>

Penelitian ini mengkaji tentang dampak dari praktik budaya Islam dalam bentuk Atribut Islam dan Nilai Islam yang diterapkan di Bank Syariah terhadap niat pelanggan untuk memilih Bank Syariah di Indonesia. Religiusitas menjadi salah satu variabel yang diukur sebagai bagian dari praktik budaya Islam oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan analisis data menggunakan SEM (Structural Equation Modeling). Responden dalam penelitian ini adalah target konsumen Bank Syariah yang belum terdaftar sebagai nasabah Bank Syariah, terdiri dari 148 Muslim di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi yang memiliki tingkat pendidikan sarjana dan sederajat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pelanggan. Di sisi lain, Atribut dan Religiusitas Islam tidak memiliki dampak signifikan pada niat pelanggan.