

Pengaruh karakteristik nasabah terhadap preferensi bauran promosi, penempatan dana pihak ketiga dan pembiayaan : studi kasus nasabah bank DKI syariah cabang Wahid Hasyim

Lis Nurdiyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=93746&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Karakteristik Nasabah Terhadap Preferensi Bauran Promosi Pada Penempatan Dana Pihak Ketiga dan Fasilitas Pembiayaan (Studi Kasus Nasabah Bank I)KI Syariah Cabang Wahid Hasyim). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode multinomial logit dan model logit. Analisis data menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian berdasarkan karakteristik nasabah berusia 31-40 tahun, berpendidikan tinggi, mempunyai tingkat pendapatan tinggi dan bekerja sebagai karyawan swasta, cenderung lebih terpengaruh oleh publisitas. Sedangkan nasabah berusia lebih dari 40 tahun, berpendidikan sedang, mempunyai tingkat pendapatan sedang dan mempunyai pekerjaan selain karyawan swasta dan PNS lebih cenderung dipengaruhi oleh iklan.

Nasabah berusia 31-40 tahun. berpendidikan sedang, mempunyai tingkat pendapatan sedang dan mempunyai pekerjaan sebagai karyawan swasta mempunyai peluang lebih besar untuk mempunyai tabungan, deposito atau giro setelah terpengaruh oleh kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank DKI Syariah. Dan nasabah yang berusia 31-40 tahun. berpendidikan tinggi, mempunyai tingkat pendapatan sedang, dan bekerja sebagai karyawan swasta mempunyai peluang lebih besar untuk mengajukan pembiayaan pada Bank DKI Syariah.

This research aims to know the effect of customer characteristics for the preference of promotional mix at the fund placement of third party and financing (case study of customer in Bank DKI Syariah, branch Wahid Hasyim). The research is done with multinomial logit method and logit model. The data's analyzed with SPSS program.

The result of the research shows that publicity affects the customer characteristics. Those are 31-40 years old, high education, high income, and private officers. For those who are affected by advertisement are above 40 years old, middle education, middle income, and other jobs or government officers.

The customers been 31-40 years old, middle education, middle income, and private officers have more chance to own saving, deposit, and clearing account. It happens after Bank DM Syariah promotes and has effect. For the customers between 31-40 years old, high education, middle income, and private officers have more chance to have financing from Bank DKI Syariah.