

**KARAKTERISTIK DAN PERILAKU MAHASISWA  
BERDASARKAN SEGMENTASI PASAR PERBANKAN SYARIAH  
(Studi terhadap Mahasiswa Pascasarjana Universitas Indonesia 2012-  
2013) = CHARACTERISTICS AND BEHAVIOUR OF STUDENTS  
UNDER SHARIA BANKING MARKET SEGMENTATION (Studies  
of the Graduate Student, University of Indonesia 2012-2013)**

Bogy Adianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536406&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Perkembangan bank syariah selama hampir lebih dari 15 tahun di Indonesia menunjukkan kinerja yang semakin membaik. Namun, tantangan pengembangan industri perbankan syariah semakin meningkat, termasuk bagaimana model strategi pemasaran bank syariah yang harus dikembangkan ke depan. Dibutuhkan model-model bisnis bank syariah yang ideal, <em>workable</em>, dan <em>prudent</em> yang dapat melayani lebih banyak masyarakat, menjawab harapan berbagai pihak, dan sesuai dengan karakter bisnis perbankan syariah Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa segmen pasar perbankan syariah pada mahasiswa pasca sarjana Universitas Indonesia dan menganalisa hubungan antara variabel psikografi terhadap segmentasi perbankan syariah pada mahasiswa pasca sarjana Universitas Indonesia. Melalui metode kuantitatif dengan teknik pengolahan data secara analisis kluster diperoleh 3 kluster yakni <em>Loyalist Syariah</em>, <em>Floating Mass</em>, dan <em>Conventional Loyalist</em>. Penelitian yang mengambil 114 responden ini menghasilkan kesimpulan bahwa terjadi kemajemukan aktifitas, minat, serta pandangan pada setiap responden yang beridentitas Islam. Perbedaan karakter yang nampak pada masing-masing kluster menjadi langkah awal bagi bank syariah dalam menentukan pesan yang akan disampaikan

.....The development of Islamic banks for nearly more than 15 years in Indonesia shows that the performance is getting better. However, the challenge of the development of the Islamic banking industry has increased, including how to model a marketing strategy that Islamic banks should be developed in the future. It takes the business models of the ideal Islamic bank, workable and prudent to serve more people, answer the expectations of the various parties, and in accordance with the character of Indonesian Islamic banking business. The purpose of this study is to analyze the Islamic banking market segment in Indonesia University graduate student and psychographic variables to analyze the relationship between the segmentation of Islamic banking in Indonesia University graduate student. Through quantitative methods of data processing techniques cluster analysis obtained 3 clusters namely Loyalist Sharia, Floating Mass, and Conventional Loyalist. The study took the 114 respondents to the conclusion that there is a plurality of activities, interests, and views on the Islamic identity of each respondent. Differences characters that appear in each cluster be the first step for Islamic banks in determining the message to be delivered.