

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, PROMOSI, DAN TINGKAT PENDAPATAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (STUDI PADA NASABAH BANK BNI SYARIAH KANTOR KAS FE CONDONGCATUR YOGYAKARTA)

Oleh:

Muhamad Aris Sulistyono

12423053

Bank syariah merupakan bank yang menerapkan sistem syariah didalam kegiatan operasionalnya. Dengan semakin pesatnya bank syariah ini maka dipastikan bahwa banyak konsumen yang mulai bergabung untuk menjadi nasabah didalamnya. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah ini. Baik secara langsung maupun tidak langsung bank syariah telah memikat banyak konsumen baru untuk masuk menjadi nasabahnya. Penelitian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan responden 100 nasabah *pada Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas Condongcatur Yogyakarta*. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka dan membuat deskripsi secara faktual. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa tingkat pendapatan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan para konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal tersebut ditandai dengan nilai probabilitas dan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu tingkat pendapatan ($0,002 < 0,05$), promosi ($0,035 < 0,05$), religiusitas ($0,012 < 0,05$), sedangkan pengetahuan ($0,275 > 0,05$) mempunyai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta. Sedangkan pada nilai r Square = 0,255, artinya 25,5% keputusan nasabah dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, religiusitas, dan promosi. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis alternatif H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata kunci : pengetahuan, religiusitas, promosi, tingkat pendapatan, nasabah, bank BNI Syariah

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE, RELIGIOSITY, PROMOTION, AND COSTUMERS INCOME LEVELS OF THE DECISION BECOME CUSTOMERS OF ISLAMIC BANKS (STUDY ON BANK CUSTOMERS BNI SYARIAH CASH OFFICE FE CONDONG CATUR YOGYAKARTA)

By:
MUHAMAD ARIS SULISTYONO
12423053

Islamic bank is a bank that implementing Islamic system in its operational activities. With the rapid development of Islamic banks is then ascertained that many consumers are joined to become the customer therein. Many factors that influence consumers to become customers of this Islamic bank. Either directly or indirectly, Islamic banks have lured many new customers to enter into nasabahnnya. This thesis research aims to determine the influence of knowledge, religiosity, promotion, and consumer income levels of the decision become customers of Islamic banks with 100 respondents customer at *Bank Negara Indonesia Sharia Cash Office Condongcatur Yogyakarta*. This research method using descriptive quantitative research methods, ie a process of finding data in the form of knowledge which uses numbers and make a factual description. The results of this study showed that the level of consumer income has a significant influence on the consumer's decision to become customers of Islamic banks. It is characterized by a probability value and significance smaller than 0.05 is the level of income ($0.002 < 0.05$), promotion ($0.035 < 0.05$), religiosity ($0.012 < 0.05$), while knowledge ($0.275 > 0, 05$) have siginifikasi greater than 0.05. From these results it can be concluded that significantly influence the consumer's decision to become customers of Islamic banks in the State Bank Indonesia Sharia Cash Office Condong Catur Yogyakarta. While the value of r Square = 0.255, meaning that 25.5% customer decisions are influenced by the level of income, religiosity, and promotions. Based on these results the alternative hypothesis H_0 is rejected and H_a accepted.

Keywords: knowledge, religion, promotion, income level, customer, BNI Syariah bank