

ABSTRAK

Pengaruh Pengetahuan Produk dan Karakteristik Marketing Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran

LAILA AISYAH

1720603111

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-mail : lailaaisyah1999@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan Produk dan Karakteristik Marketing Syariah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran.

Teknik Sampling Isidental dengan populasi 29.040 nasabah, variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu : Pengetahuan produk dan Karakteristik Marketing Syariah sedangkan variabel terikatnya yaitu : keputusan menjadi nasabah. Analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedasitas, uji lineritas, kemudian untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial), uji f (simultan), uji determinasi (R^2).

Pengetahuan Produk (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai t_{hitung} 6,397 dan t_{tabel} 1,984 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, Karakteristik Marketing Syariah (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai t_{hitung} 3,241 dan t_{tabel} 1,984 dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$, secara simultan variabel pengetahuan produk dan karakteristik marketing syariah terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai F_{hitung} 84,390 dan F_{tabel} 3,09 ($84,390 > 3,09$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel pengetahuan produk dan karakteristik marketing syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran.

Kata Kunci : Pengaruh Pengetahuan Produk dan Karakteristik Marketing Syariah terhadap keputusan Menjadi nasabah