

ABSTRAK

Keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, termasuk juga faktor pribadi, faktor keluarga dan faktor sosial. Termasuk dalam hal ini, keputusan nasabah dalam hal ini yaitu Mahasiswa FEBI Angkatan 2018 UIN Raden Fatah memilih menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh faktor apa saja. Oleh karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor keputusan nasabah dalam hal ini yaitu Mahasiswa memilih bank syariah. Dan sejauh manakah faktor pribadi, faktor keluarga dan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam hal ini yaitu mahasiswa memilih bank syariah.

Metodologi penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu menyebarkan angket kuesioner sebanyak 87 kepada responden dengan kriteria responden merupakan mahasiswa FEBI angkatan 2018 UIN Raden Fatah Palembang. Sedangkan teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan rumus regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS.23.0. Berdasarkan hasil uji-t diterangkan bahwa faktor pribadi dan faktor sosial mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah, sedangkan untuk faktor keluarga memiliki pengaruh negatif dan tidak mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah yang dalam hal ini yaitu mahasiswa FEBI angkatan 2018 UIN Raden Fatah Palembang.

Yang artinya bahwa keputusan nasabah dalam hal ini mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2018 menggunakan bank syariah hanya dipengaruhi oleh keinginan dan faktor pribadi serta lingkungan sosial mereka, faktor keluarga tidak mempengaruhi keputusan mereka memilih di bank syariah.

kata kunci : faktor pribadi, faktor keluarga, faktor sosial

ABSTRACT

Customer decisions in choosing Islamic banks are influenced by various factors, including personal factors, family factors and social factors. Including in this case, the customer's decision in this case, namely the 2018 FEBI student at UIN Raden Fatah, choosing to use a sharia bank is influenced by any factors. Therefore, this study aims to find out what are the customer decision factors in this case, namely students choosing Islamic banks. And the extent to which personal factors, family factors and social factors influence customer decisions in this case, namely students choosing Islamic banks. This research methodology uses quantitative research with data collection techniques, namely distributing 87 questionnaires to respondents with the criteria of respondents being 2018 FEBI students at UIN Raden Fatah Palembang.

While the data analysis technique in this study used the multiple linear regression formula with the help of the SPSS.23.0 program. Based on the results of the t-test, it is explained that personal factors and social factors influence the customer's decision to choose a sharia bank, while family factors have a negative influence and do not affect the customer's decision to choose a sharia bank which in this case is the 2018 FEBI student at UIN Raden Fatah Palembang.

Which means that the customer's decision in this case the 2018 FEBI UIN Raden Fatah Palembang students using Islamic banks is only influenced by their personal desires and factors as well as their social environment, family factors do not affect their decision to choose Islamic banks.

Keywords : personal factors, family factors, social factors