

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awereness dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Berinvestasi Reksadana Syariah Pada PT. Indo Premier Sekuritas

Mubaridhahilya

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75105&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulis melakukan penelitian tentang Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Berinvestasi Reksadana Syariah Pada PT. Indo Premier Sekuritas. Populasi pada penelitian ini adalah Invesor Reksadana Syariah PT. Indo Premier Sekuritas yang berada di wilayah DKI Jakarta, dengan pengambilan sampel sebanyak 100 responden investor dengan menggunakan rumus slovin dan diperkuat dengan teori. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 23.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Word Of Mouth (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Berinvestasi (Y) dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi 0,259. 2) Brand Awareness (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Berinvestasi (Y) dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi 0,229. 3) Kualitas Produk (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Berinvestasi (Y) dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi 0,295. Dilihat dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,434 atau 43,4% yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan sisanya 56,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.