Perpustakaan >> Abstrak

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Direct Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk iB Hasanah Card Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat

Mera Nanda Ellyana

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75412&lokasi=lokal

---

Abstrak

Mera Nanda Ellyana, Pengaruh Direct Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk iB Hasanah Card Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Direct Marketing dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih menggunakan produk iB Hasanah Card pada Bank BNI Syariah KC Jakarta Barat. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini mengambil sampel 100 nasabah Bank BNI Syariah KC Jakarta Barat, dengan menggunakan teknik sempel dengan rumus slovin. Pengujian dilakukan dengan regresi linear berganda dengan bantuan Software SPSS 23.0. Hasil dari penelitian ini menunjukan: analisis dengan tingkat signifikansi 5% menunjukan bahwa Direct Marketing sebesar 0,007 < 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,225 berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Hasanah Card. Kualitas Pelayanan 0,000 < 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,729 berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Hasanah Card. Secara simultan sebesar 38,145 dengan tingkat signifikansi 0,000 dengan R2 44,0%.