

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Quality Product, Word Of Mouth dan Corporate Image Terhadap Minat Nasabah Tabungan Batara Haji & umroh iB Pada Bank BTN Syariah KC Tangerang

Zezen

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75821&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh bukti atas pengaruh antara Pengaruh Quality Product, Word Of Mouth dan Corporate Image Terhadap Minat Nasabah Tabungan Batara Haji & umroh iB. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah di Bank BTN Syariah KC Tangerang dan penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2019. Dengan jumlah populasi nasabah pada Bank BTN Syariah KC Tangerang sebanyak 4.873 nasabah, pengambilan sampel dilakukan berdasarkan rumus slovin sebanyak 97,98 responden atau jika dibulatkan menjadi 98 responden. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik probability sampling dengan menggunakan cara simple random sampling. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Quality Product (X1), Word Of Mouth (X2) dan Corporate Image (X3) sedangkan Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Nasabah Tabungan Batara Haji & umroh iB (Y).

Dari hasil analisis uji t dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 menunjukkan bahwa Quality Product sebesar 0,012, Word Of Mouth sebesar 0,021 dan Corporate Image sebesar 0,000 berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Tabungan Batara Haji & umroh iB secara parsial. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersamaan atau simultan variabel Quality Product, Word Of Mouth dan Corporate Image berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Tabungan Batara Haji & umroh iB dengan nilai F hitung diperoleh sebesar 25,905. Sedangkan nilai pada Uji Koefisien Determinasi (r^2) sebesar 0,435. Angka ini menunjukkan bahwa Minat dalam menggunakan produk Tabungan Batara Haji & umroh iB mampu dijelaskan oleh factor Quality Product, Word Of Mouth dan Corporate Image sebesar 43,5% sedangkan sisanya 56,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.