

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Persepsi Harga dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Mitra Emas iB Masalah di Bank BJB Syariah KC Soepomo Jakarta Selatan 2020/2021.

Irvan Setiawan

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76830&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa pengaruhnya persepsi harga (X1) dan motivasi (X2) terhadap minat nasabah (Y) memilih produk mitra emas iB masalah pada Bank BJB Syariah KC Soepomo Jakarta Selatan. Untuk menghasilkan penelitian tersebut secara mendalam penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik mengumpulkan data secara primer. Teknik kualitas data untuk uji normalitas menggunakan uji kolmogorov, P-P plot, histogram. Kemudian ada uji heterokedastisitas menggunakan uji scatterplot. Teknik yang digunakan untuk analisis adalah analisis linier berganda. Kemudian untuk mengetahui permasalahan yang ada menggunakan uji T persepsi harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) memilih produk mitra emas dengan nilai signifikansi (Sig) 0,000 < lebih kecil dari 0,1 dan nilai t hitung 3,785 > nilai t tabel 1,299. Variabel motivasi (X2) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah (Y) produk mitra emas hasil nilai signifikansi (Sig) 0,647 > 0,1 dan 3. nilai t hitung - 0,461 < 1,229 nilai t tabel. Kemudian uji F secara simultan variabel persepsi harga (X1) dan motivasi (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat nasabah (Y) produk mitra emas iB masalah dengan hasil nilai (Sig) 0,001 < 0,1 dan nilai f hitung 7,891 > nilai F tabel 2,42. Uji determinasi menghasilkan 0,220 atau sebesar 22%. Maka pada penelitian ini dapat disimpulkan sebesar 22% koefisiensi determinasi dapat dipengaruhi oleh variabel persepsi harga (X1) dan variabel Motivasi (X2) dan 78% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.