

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Wahid Hasyim

Zaidan Al Zaki

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77879&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga baik secara parsial maupun simultan terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Wahid Hasyim. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner dan didapatkan sampel sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Linier Berganda dengan Uji T, Uji F, & Uji Koefisien Determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dengan nilai Sig. $0,021 < 0,05$ serta $t_{hitung} 2,346 > t_{tabel} 1,984$ kemudian Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dengan nilai Sig. $0,001 < 0,05$ serta $t_{hitung} 3,595 > t_{tabel} 1,984$, serta Harga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai Sig. $0,008 < 0,05$ serta $t_{hitung} 2,702 > t_{tabel} 1,984$. Selanjutnya Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga secara bersama-sama (simultan) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dengan nilai Sig. yaitu $0,000 < 0,05$ serta nilai f_{hitung} yaitu $160,522 > sebesar 3,09 f_{tabel}$. Kemudian Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,834 atau sekitar 83% sedangkan sisanya 17% dipengaruhi variabel atau faktor lainnya