

ABSTRAK

KADERIA, Tahun 2018 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi nasabah untuk Menggunakan Produk Jasa Bank mandiri Syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I H. Sultan Sarda dan Pembimbing I H. A. Muhiddin Daweng.

Penelitian ini bertujuan untuk Jenis penelitian yang digunakan dalam Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis menganalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi nasabah untuk Menggunakan Produk Jasa Bank mandiri Syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Agustus 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif dan analisis faktor. Teknik pengambilan sampel yaitu *sampling incidental*. Instrument penelitian yang digunakan adalah angket dengan teknik skala likert, observasi lapangan, dan dokumentasi. Jumlah sampel adalah sebanyak 50 responden yang merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Analisis faktor digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 14 variabel yang ada, terbentuk 3 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan Bank Syariah Mandiri. Faktor-faktor tersebut adalah faktor pribadi, pemasaran, dan sosial dengan *eigenvalue* sebesar 35,563%, faktor budaya *eigenvalue* sebesar 10, 898%, dan faktor psikologi *eigenvalue* sebesar 7,376%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bahwa faktor pribadi, faktor pemasaran, faktor budaya, faktor sosial, dan faktor psikologi adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam memilih dan menggunakan jasa bank syariah.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Keputusan Nasabah, Bank Syariah.

ABSTRACT

KADERIA, Tahun 2018 "Analysis of Factors Affecting Decision Making Customers Prefer Islamic Banking in Ciputat Sub". Thesis Faculty of Economics and Business department of Accounting Muhammadiyah University of Makassar. Guided by Supervisor I H. Sultan Sarda and Advisor II H. A.Muhiddin Daweng.

This study aimed to analyze the factors that may affect the customer's decision to use banking services branch of Mandiri Syariah auxiliary units Muhammadiyah University Makassar. This research was conducted in August 2018. The research method used is a field research with quantitative approach and factor analysis. Sampling technique that is incidental sampling. Research instrument used was a questionnaire with Likert scale techniques, observation, and documentation. The number of samples is 60 respondents who are customers of students of economics and business faculty. Factor analysis was used to analyze the data in this study.

The results showed that of the 14 variables, formed three factors that influence a client's decision in choosing banking services Bank Syariah Mandiri. These factors are personal, factors marketing, and social factors with eigenvalue equal to 35.563%, cultural factors eigenvalue equal to 10.898%, and psychological factors eigenvalue equal to 7.376%. It can be concluded that that cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, and marketing factors are the factors considered by the customers in selecting and using the services of Islamic banks.

Keywords: Factor Analysis, Customer Decision, Bank Syariah