

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MENABUNG MASYARAKAT PADA PT BANK MANDIRI SYARIAH CABANG MARELAN

Dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, komitmen dan citra perusahaan, sebagaimana hasil penelitian dari Bontis dan Booker yang menyatakan bahwa nasabah akan cenderung mendatangi atau akan menjadi bagian dari perusahaan (Bank) tersebut apabila telah memiliki gambaran tentang apa yang akan dialami dan rasakan dengan berdasarkan pada pengalaman-pengalaman sebelumnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap preferensi menabung masyarakat di Bank Mandiri Syariah Cabang Marelan dan Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap preferensi menabung masyarakat di Bank Mandiri Syariah Cabang Marelan. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Secara parsial, Pada tabel terlihat bahwa nilai pada uji t pada variabel Kualitas Pelayanan adalah 2.908, Kepercayaan adalah 4.807 dan kepuasan nasabah adalah 2.709 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1.652. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap Preferensi menabung masyarakat. Secara simultan, hitung $< F$ tabel maka H_0 diterima dan sebaliknya jika F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak. F tabel (df pembilang = k dan df penyebut = $n-k-1$) maka (df pembilang = 3 dan df penyebut = $100-3-1 = 393$) sehingga F tabelnya adalah 2.70. F hitung $> F$ tabel yaitu $7.800 > 2.70$, maka H_0 diterima sehingga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Preferensi menabung masyarakat secara simultan. Elastisitas hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi menabung masyarakat. Menunjukkan bahwa nilai Sig untuk Kualitas Pelayanan, Kepercayaan sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka hipotesis diterima

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, PT. Bank Mandiri Syariah.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING COMMUNITY SAVING PREFERENCE IN PT BANK MANDIRI SYARIAH MARELAN BRANCH

In an effort to increase customer loyalty is service quality, trust, commitment and company image, as the results of research from Bontis and Booker which states that customers will tend to come or will become part of the company (Bank) if they already have a picture of what will be experienced. and feel based on previous experiences. The purpose of this study was to determine the partial influence of service quality, trust and customer satisfaction variables on people's saving preferences at Bank Mandiri Syariah, Marelan Branch and to determine the simultaneous influence of service quality variables, customer trust and satisfaction on people's saving preferences at Bank Mandiri Syariah Branch. Marelan. This type of research is a quantitative method. Quantitative research methods are systematic scientific studies of the parts and phenomena and their relationships. Partially, in the tabel it can be seen that the t test value on the Service Quality variable is 2.908, trust is 4.807 and customer satisfaction is 2.709 where the value is greater than the t tabel value which is 1.652. So it can be concluded that the variables of service quality, customer trust and satisfaction have an influence on community preferences. Simultaneously, count $<F$ tabel then H_0 is accepted and vice versa if F count $> F$ tabel then H_0 is rejected. F tabel (df numerator = k and df denominator = $n-k-1$) then (df numerator = 3 and df denominator = $100-3-1 = 393$) so that F tabel is 2.70. F count $> F$ tabel, namely $7,800 > 2.70$, then H_0 is accepted so that there is an influence between Service Quality, Customer Trust and Satisfaction on Community Preference simultaneously. The elasticity of the relationship between the variables of Service Quality, Trust has a positive and significant effect on Community Preference. It shows that the Sig value for Service Quality, Trust is 0.000 ($p < 0.05$), the hypothesis is accepted

Keywords: Service Quality, Trust, PT. Bank Mandiri Syariah.