

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### a) Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam mencari, mengumpulkan dan menganalisis data perihal pengaruh promosi, pemahaman, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan di Bank Syariah Indonesia KCP Mulyosari Surabaya. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang disusun untuk membangun/memperoleh ilmu pengetahuan keras (*hard science*) yang berbasis pada objektivitas dan kontrol yang beroperasi dengan aturan-aturan termasuk mengenai logika, kebenaran, hukum-hukum, aksioma, dan prediksi.<sup>91</sup>

##### b) Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Hal ini karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih guna untuk membangun sebuah teori yang memiliki fungsi menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.<sup>92</sup>

#### **B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian**

##### a) Populasi

Menurut Sugiyono, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang punya kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik

---

<sup>91</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Edisi Revisi (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.11.

<sup>92</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hal 36.

kesimpulan.<sup>93</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk simpanan maupun pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia di BSI KCP Mulyosari Surabaya yang berjumlah 2500 nasabah.

b) *Sampling*

Adapun yang menjadi teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yakni teknik penentuan sampel yang ditentukan oleh peneliti sendiri berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu dengan tidak memberikan peluang yang sama bagi anggota populasi menjadi sampel.<sup>94</sup> Selanjutnya untuk teknik pengambilan sampelnya, peneliti mempergunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* atau teknik pengambilan sampel secara acak. Maksudnya, nasabah BSI KCP Surabaya yang secara incidental bertemu peneliti dan dianggap sesuai kriteria menjadi responden.

Nasabah BSI KCP Surabaya ditentukan dan dipilih berdasarkan nasabah yang pernah memperoleh pelayanan kantor BSI baik secara fisik ataupun secara *online*. Alasannya, nasabah yang pernah mendapatkan pelayanan BSI KCP Surabaya dianggap mempunyai pengetahuan tentang pelayanan BSI tersebut.

Dalam pengambilan sampel dari populasi, sampel yang dihasilkan harus mewakili dan dapat mengukur hal yang diteliti.<sup>95</sup> Sehingga agar sampel yang diambil sesuai dengan kebutuhan data, diperlukan kriteria pengambilan sampel. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian antara lain:<sup>96</sup>

---

<sup>93</sup> Mahir Pradana Dan Avian Reventiary, *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia)*, Jurnal Manajemen, vol. 06 No. 1 (September 30, 2016), hal.4, <https://doi.org/10.26460/jm.v6i1>.

<sup>94</sup> Rokhmat Subagyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 69, <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/7300>.

<sup>95</sup> Subagyo. Metode Penelitian... Hal. 66.

<sup>96</sup> Dekeng Setyo Budiarto, *Panduan Riset Kuantitatif: Trik Publikasi Bagi Pemula*, 3 (Yogyakarta: UPY Press, 2019). Hal. 35

1. Responden pernah mempergunakan layanan BSI minimal satu (1) dalam tiga (3) bulan terakhir
2. Responden pernah mempergunakan layanan BSI melalui media social, web internet, atau m-banking.
3. Responden pernah berhubungan secara fisik dengan Pegawai BSI seperti satpam, teller, dan customer service
4. Responden pernah melihat iklan BSI baik melalui media sosial maupun media cetak (brosur, pamflet di tempat-tempat strategis, baleho)
5. Responden pernah direkomendasikan oleh orang lain untuk menggunakan layanan BSI.

c) Sampel Penelitian

Sutrisno Hadi mendefinisikan sampel sebagai jumlah penduduk yang berjumlah kurang dari populasi, dan harus memiliki paling sedikit satu sifat yang sama baik sifat kodrat maupun sifat pengkhususan.<sup>97</sup> Populasi dalam penelitian ini sebesar 2500.<sup>98</sup> Untuk pengambilan jumlah sampel penulis menggunakan teknik slovin dan menemukan jumlah sampel sebesar 100.<sup>99</sup> Dengan tingkat standart error 10% dan diolah menggunakan aplikasi SPSS 25.0. Rumus slovin yang digunakan yakni:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} = \frac{2500}{1+2500.(0,10)^2} = \frac{2500}{1+25} = 96,15 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dimana:

N : Jumlah anggota populasi

n : Jumlah anggota sampel

e : error level (10% atau 0,10)

### C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

a) Sumber Data

<sup>97</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi riset*, Cetakan I (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hal.191.

<sup>98</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Eric Kurniawan selaku Branch Manager BSI Mulyosari Surabaya pada tanggal 24 Desember 2021

<sup>99</sup> Mahir Pradana, *Pengaruh Atribut Produk.....* Hal.5

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber primer. Sumber primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian dimana sebuah data dihasilkan. Sumber data primer dalam penelitian ini didapatkan dari survei secara langsung dengan nasabah Bank Syariah Indonesia.

b) Variabel

Penelitian ini menggunakan dua (2) variabel dimana terbagi atas variabel independent dan satu variabel dependent yang meliputi :

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan pemahaman produk ( $X_3$ ) yang ditetapkan pada keputusan memilih produk perbankan.
2. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah menggunakan produk perbankan di Bank Syariah Indonesia KCP Mulyosari Surabaya.

c) Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam proposal penelitian ini menggunakan skala Likert.<sup>100</sup> Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban responden berupa pilihan dari pilihan tersebut dibagi menjadi lima alternative yang ada yaitu:

**Tabel 3.1 Skala Pengukuran**

1	SS	Sangat Setuju	Poin 5
2	S	Setuju	Poin 4
3	KS	Kurang Setuju	Poin 3
4	TS	Tidak Setuju	Poin 2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	Poin 1

#### D. Definisi Operasional

Djiwandono mendefinisikan definisi operasional sebagai variabel-variabel yang dapat diamati, diuji atau bisa dijadikan angka. Sedangkan

---

<sup>100</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.....*, Hal. 93.

Hermawan memaparkan definisi operasional sebagai suatu definisi yang menyatakan secara jelas dan akurat tentang bagaimana suatu *concept* atau *construct* tersebut diukur.<sup>101</sup> Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa definisi operasional merupakan sebuah definisi yang menjabarkan variabel terikat maupun bebas yang dipilih oleh peneliti.

Dengan membuat definisi operasional, peneliti yang lain dapat terbantu ketika akan melakukan penelitian dengan obyek yang sama, sehingga jika sekiranya prosedur yang digunakan oleh peneliti sebelumnya kurang tepat, peneliti tersebut tidak akan menggunakan prosedur yang sama atau bisa menggunakan prosedur pengukuran yang baru dan juga antara peneliti yang satu dengan yang lainnya dapat menggunakan indikator dan metode yang berbeda walaupun masih dalam satu judul. Definisi operasional pada masing-masing variabel yang digunakan yakni:

- a) Promosi (proses memperkenalkan produk kepada masyarakat yang diikuti dengan upaya mendorong dan membujuk agar masyarakat dapat mengenali produk yang kita miliki sehingga suatu saat masyarakat akan tertarik untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan). Indikator yang digunakan adalah:
  - 1) Periklanan
  - 2) Penjualan langsung
  - 3) Rekomendasi Orang Lain
- b) Kualitas Pelayanan (standart yang diberikan atas pelayanan jasa ataupun produk yang diberikan kepada masyarakat untuk mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan olehnya)
  - 1) *Tangible*
  - 2) *Reliability*
  - 3) *Ressponsive*
  - 4) *Assurance*
  - 5) *Empathy*

---

<sup>101</sup> Subagyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: konsep dan penerapan*. Hal.96

- c) Pemahaman Produk (segala informasi yang dimengerti oleh nasabah tentang produk, jasa, ataupun hal lainnya yang membekas di otaknya setelah adanya pemberian informasi)
  - 1) Pengetahuan
  - 2) Pengalaman
  - 3) Faktor Ekonomi
- d) Keputusan nasabah (prosedur dalam menentukan pilihan produk mana yang akan digunakan ataupun juga keputusan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi)
  - 1) Faktor Internal
  - 2) Faktor Eksternal

#### **E. Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Instrumen Penelitian**

- a) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah:

1. Observasi

Observasi bertujuan untuk memperoleh data tentang bagaimana pengaruh promosi bank, pemahaman nasabah dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank terhadap keputusan memilih produk dalam BSI KCP Surabaya, sekaligus juga peneliti ingin mengetahui produk apa yang sering digunakan dalam BSI.

2. Wawancara

Wawancara bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang tidak diperoleh dari observasi. Melalui wawancara ini, peneliti bisa mendapatkan informasi yang mendalam sehubungan dengan strategi promosi dan kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Mulyosari Surabaya.

3. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden untuk di jawab.

Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai penelitian adalah instrumen peneliti.

b) Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui Pengaruh antar variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, jawaban responden akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat- tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Sugiyono dan Wibowo (2004) menjelaskan, ketentuan validitas instrument sah apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  kritis (0,30). Sugiyono mempunyai nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  standar yaitu 0,3. Sugiyono menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat.

b. Uji Reliabilitas

Jawaban responden dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,60.

c. Uji Asumsi Klasik

i. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* dimana jika signifikansi < 0,05, berarti data yang akan diuji memiliki perbedaan dengan data normal secara signifikan sehingga dapat dikatakan berdistribusi tidak normal. Begitupun sebaliknya, jika signifikansi > 0,05 maka data yang akan diuji tidak terjadi

perbedaan yang signifikan sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal.<sup>102</sup>

#### ii. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar masing-masing variabel bebas yang diteliti. Jika terjadi multikolinearitas maka kesalahan standar pada setiap koefisien diduga dapat semakin besar sehingga nilai t pun menjadi rendah. Peneliti juga dapat kesulitan untuk mendeteksi pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Ketentuannya adalah jika  $VIF(\text{Variance Inflation Factor}) < 10$  tidak terdapat multikolinearitas, jika  $VIF(\text{Variance Inflation Factor}) > 10$  terdapat multikolinearitas

#### iii. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika tetap disebut dengan homokedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji yang digunakan menggunakan metode *Glejser* dimana apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka terjadi homokedastisitas.<sup>103</sup>

#### d. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis kita harus menentukan tolok ukur penerimaan dan penolakan yang didasarkan pada peluang penerimaan dan penolakan  $H_0$  itu sendiri. Karena ketidak tahuan apakah  $H_0$  atau  $H_1$  yang benar maka kita harus mencoba membuat keseimbangan dari keduanya.

---

<sup>102</sup> Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hal.98.

<sup>103</sup> Ali Muhson, *Modul Pelatihan Analisis Statistik Dengan SPSS* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UNY, 2012.), hal. 31.

## Pengujian Hipotesis

### i. Uji t

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variable independen secara individu memengaruhi variable dependen. Pada tingkat signifikansi  $\alpha=5\%$ . Adapun prosedurnya adalah :

Ho : artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variable bebas terhadap variable terikat.

Hi : artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variable bebas terhadap variable terikat.

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika signifikansi nilai  $t > 0,05$  maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variable terikat. Artinya Ho diterima dan menolak Ha.
2. Jika signifikansi nilai  $t < 0,05$  maka ada pengaruh yang signifikansi antara variable bebas terhadap variable terikat. Artinya Ho ditolak dan menerima Ha.

### ii. Uji F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variable independen terhadap variable dependen. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA).

Ho : artinya tidak adanya pengaruh secara simultan dari variabel bebas terhadap variable terikat.

Hi : artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variable terikat.

Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% ( $\alpha=0,05$ ). Menurut pedoman yang digunakan: jika signifikansi  $< \alpha$  maka Ho ditolak Hi diterima. Jika signifikansi  $> \alpha$  maka Ho diterima Hi ditolak.

### iii. Uji regresi linier berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang berfungsi untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen. Selain itu juga berfungsi untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Dimana:

Y = Keputusan nasabah menggunakan produk perbankan di Bank Syariah Indonesia KCP Mulyosari Surabaya

X<sub>1</sub> = Promosi

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>3</sub> = Pemahaman Produk

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien regresi

iv. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa baik variabel independen memperjelas keberadaan variabel dependen. Jika nilai koefisien determinasi tinggi, maka semakin tinggi kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen, begitupun sebaliknya. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) antara 0 dan 1. Jika koefisien determinasi mendekati 0 maka kemampuan variabel independen amat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

c) Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati. Jumlah instrumen penelitian itu

tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.<sup>104</sup> Dalam hal ini ada empat instrumen yang perlu dibuat, yaitu:

1. Instrumen untuk mengukur promosi
2. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan
3. Instrumen untuk mengukur pemahaman produk
4. Instrumen untuk mengukur keputusan nasabah

**Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item Pernyataan	
Promosi <sup>105</sup>	Media Periklanan	Iklan menarik	Iklan yang ditampilkan menarik	
		Iklan membantu mengenalkan produk BSI	Iklan yang ditampilkan membantu mengenalkan produk BSI	
	Penjualan Langsung	Informasi mudah dipahami	Penyampaian informasi <i>customer service</i> mudah dipahami	
		Informasi menarik	Penyampaian informasi menarik	
		Informasi membantu mengenalkan produk BSI	Promosi yang dilakukan membantu mengenalkan produk BSI	
	Rekomendasi Orang Lain	Rekomendasi menarik minat	Rekomendasi dari keluarga/teman/tetangga/kenalan mampu menarik minat menggunakan produk BSI	
		Lebih mempercayai rekomendasi	Lebih mempercayai rekomendasi dari keluarga/teman/tetangga/kenalan dibandingkan Teknik promosi lainnya	
		<i>Tangible</i>	Lokasi strategis	Lokasi BSI strategis

<sup>104</sup> Subagyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan*. Hal. 120-121.

<sup>105</sup> Herid Apner Aflili, J A F Kalangi, and Olivia Walangitan, Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah, *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*, vol. 05, no. 06 (2017), hal 7-8.

Kualitas Pelayanan <sup>106</sup>		Ruangan nyaman dan bersih	Ruangan yang disediakan nyaman dan bersih
		Ruangan aman	Ruangan aman dan disediakan kamera pengawas
		Tempat duduk cukup	Tempat duduk yang tersedia cukup
		Adanya barang penunjang kegiatan	Barang/interior menunjang kegiatan operasional BSI lengkap
		Tersedianya tempat cuci tangan	BSI telah menyediakan tempat mencuci tangan dan handsanitizer
		Penerapan protokol kesehatan	Pegawai menerapkan protokol kesehatan dan selalu mengecek suhu nasabah sebelum masuk
		Pegawai berseragam	Pegawai BSI memakai pakaian yang seragam dan bersepatu
		Parkir luas	Tempat parkir luas
		Parkir dijaga satpam	Tempat parkir dijaga oleh satpam dengan baik
	<i>Reliability</i>	Pelayanan cepat	Pelayanan Pegawainya cepat
		Penerapan 5S	Pegawainya menerapkan 5S (Salam, Sapa, Senyum, Sopan Santun)
		Keramahan Pegawai	Pegawainya ramah dan sabar jika ada nasabah yang mengajukan komplain
	<i>Ressponsive</i>	Pemberian informasi	<i>Customer service</i> selalu memberikan informasi kepada nasabah
		Penawaran bantuan oleh Pegawai	Pegawai menawarkan bantuan ketika nasabah mengalami kesulitan
		Pelayanan di jam-jam sibuk	Teller tetap membuka pelayanan di jam-jam yang sibuk

<sup>106</sup> Nasfi, Rahmad, and Sabri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*, hal.27-31.

	<i>Assurance</i>	Penguasaan produk	Pegawai memahami produk BSI secara keseluruhan	
		Kecakapan mengoperasikan alat	Pegawai cakap mengoperasikan semua alat di BSI secara keseluruhan (Mesin penghitung uang, komputer dan lainnya)	
		Amanah menjaga rahasia	BSI menjaga kerahasiaan data nasabah	
		Keamanan transaksi	Nasabah merasa aman melakukan transaksi di BSI	
		Dapat dipercaya	Pegawainya dapat dipercaya	
	<i>Emphathy</i>	Kemudahan dalam menghubungi Pegawai bank	Nasabah mudah untuk menghubungi Pegawai	
		Perhatian tanpa melihat status	Pegawai memberikan perhatian yang sama kepada nasabah	
		Kemudahan mencari kantor cabang dan mesin ATM	Mesin ATM dan Kantor Cabang mudah ditemukan	
	Pemahaman Produk <sup>107</sup>	Pengetahuan	Pemahaman akad yang digunakan	Nasabah memahami akad yang digunakan
			Pemahaman rukun dan syarat akad	Nasabah memahami rukun dan syarat sah akad yang digunakan
Pemahaman syarat pengajuan akad			Nasabah memahami syarat-syarat pengajuan akad yang digunakan	
Pemahaman metode pelaksanaan akad			Nasabah memahami metode pelaksanaan akad yang digunakan	
Pengetahuan produk			Nasabah mengetahui produk dengan akad lain	

<sup>107</sup> Triana and Mahdi, Pengaruh Pemahaman Produk, hal 917-918.

		dengan akad lain	selain akad yang digunakan
	Pengalaman	Pengalaman menambah wawasan	Pengalaman nasabah dalam menggunakan produk perbankan dapat menambah wawasan tentang produk yang ditawarkan BSI
		Pengalaman membantu mengingat kembali	Pengalaman membantu nasabah mengingat kembali wawasan tentang produk yang digunakan
	Faktor Ekonomi	Interaksi membantu mengenal produk	Interaksi dengan rekan kerja membantu anda mengenal produk perbankan
		Pekerjaan menunjang pengenalan produk	Pekerjaan menunjang wawasan nasabah untuk mengenal produk yang ditawarkan.
Keputusan Nasabah <sup>108</sup>	Faktor internal	Persepsi	Menggunakan produk BSI karena persepsi nasabah terhadap produk yang ditawarkan BSI baik
		Pemahaman	Menggunakan produk BSI karena sudah memahami mekanisme pelaksanaan produk
		Motivasi diri sendiri	Menggunakan produk BSI karena dorongan dari diri sendiri
	Faktor Eksternal	Dorongan orang lain	Menggunakan produk BSI karena dorongan dari masyarakat
		Ekonomi	Menggunakan produk BSI karena pendapatan nasabah yang mencukupi
		Promosi	Menggunakan produk BSI karena promosi yang dilakukan Pegawai BSI

<sup>108</sup> Saputri, Pengaruh Pemahaman Mengenai ....., hal 96-104.