

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Budaya Dan Faktor Kepribadian Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Baitul Mal Wat Tamwil Berkah Trenggalek)” ini di tulis oleh Ana Kusuma Wardani, 2823133009, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung di bimbing oleh bu Dr.Nur Aini Latifah, SE.,MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengaruh faktor sosial, budaya dan kepribadian terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa keuangan syariah di BMT Berkah trenggalek. Faktor sosial, budaya dan kepribadian merupakan faktor interen dalam diri konsumen. Yang berkaitan erat dengan tingkah laku konsep diri, gaya hidup dan nilai pembeli. Karena banyak karakteristik ini memiliki dampak yang sangat langsung pada perilaku konsumen yang akan mempengaruhi tindakannya seperti keputusan nasabah memilih jasa keuangan syariah di BMT Berkah Trenggalek. Sehingga kepribadian sangat sangat berkaitan dengan keputusan memilih barang atau jasa, jadi apabila gaya hidup baik maka dapat menumbuhkan sosial dan budaya masayarakat untuk memilih jasa keuangan syariah di BMT Berkah Trenggalek.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah (1) Apakah faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih jasa keuangan syariah di BMT Berkah Trenggalek? (2) Apakah faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih jasa keuangan syariah di BMT Berkah Trenggalek? (3) Apakah faktor kepribadian berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih jasa keuangan syariah di BMT Berkah Trenggalek? (4) Apakah faktor sosial, faktor budaya dan faktor kepribadian secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah memilih jasa keuangan syariah di BMT Berkah Trenggalek? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti hubungan pengaruh variabel faktor sosial, faktor budaya dan faktor kepribadian terhadap keputusan nasabah memilih jasa keuangan syariah di BMT Berkah Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan metode penyebaran angket sebagai data primer dengan jumlah 48 responden. Angket digunakan untuk memperoleh data tentang keputusan nasabah memilih sebagai sampel penelitian. Analisis data menggunakan metode analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan secara statistik antara faktor sosial. (2) pada variabel faktor budaya menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara statistik. (3) serta pada variabel faktor kepribadian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara statistik. (4) begitu juga dengan pengaruh faktor sosial, faktor budaya dan faktor kepribadian secara bersama-sama berpengaruh signifikan statistik terhadap keputusan nasabah memilih jasa keuangan syariah.

Kata Kunci: Sosial, Budaya, Kepribadian, Keputusan Nasabah Memilih.

ABSTRACT

Thesis entitled "Social factor, Cultural faktor and Personality faktor Influence on Customer's Decision to choose Sharia Financial Services (Case Study of Baitul Maal Wat Tamwil Berkah Trenggalek)" was written by Ana Kusuma Wardani, 2823133009, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, Islam tulungagung country guided by mrs Dr.Nur Aini Latifah, SE., MM.

This research is motivated by the influence of social, cultural and personality factors on customer's decision in choosing Islamic financial services in BMT Berkah trenggalek. Social factors, culture and personality are internal factors in the consumer. That is closely related to the behavior of self-concept, lifestyle and buyer value. Because many of these characteristics have a very direct impact on consumer behavior that will affect its actions such as the decision of customers to choose Islamic financial services in BMT Berkah Trenggalek. So that personality is very related to the decision to choose goods or services, so if a good lifestyle then it can grow social and cultural community to choose Islamic financial services in BMT Berkah Trenggalek

The formulation of the problem in this thesis is (1) Do social factors significantly influence the decision of customers to choose Islamic financial services in BMT Berkah Trenggalek? (2) Do cultural factors significantly influence the decision of customers to choose Islamic financial services in BMT Berkah Trenggalek? (3) Does the personality factor significantly influence the decision of customers to choose Islamic financial services in BMT Berkah Trenggalek? (4) Do social factors, cultural factors and personality factors jointly affect the decision of customers to choose Islamic financial services in BMT Berkah Trenggalek? The purpose of this study is to obtain evidence of the influence of social factor variables, cultural factors and personality factors to the decision of customers to choose Islamic financial services in BMT Berkah Trenggalek.

This research used questionnaire method as primary data with 48 respondents. Questionnaires are used to obtain data about the decision of the customer to choose as research sample. Data analysis using multiple regression analysis method.

The results of this study indicate that (1) there is a positive and statistically significant influence between social factors. (2) on the cultural factor variables show that there is no statistically significant influence. (3) as well as on personality factor variable there is a positive influence and statistically significant. (4) as well as the influence of social factors, cultural factors and personality factors simultaneously have a statistically significant effect on the decision of customers to choose Islamic financial services.

Keywords: Social, Cultural, Personality, Customer Decision Selects.