

ABSTRAK

Ahmad Rifaldy Faturrahman. 2020. *Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan iB Hasanah Di Pt Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (I) Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, M.A. (II) Dra. Hj. Noorwahidah, M. Ag.

Kata Kunci: faktor psikologis konsumen, keputusan nasabah dan tabungan iB Hasanah.

Penelitian ini bertolak dari permasalahan penelitian bahwa pentingnya bank syariah memerhatikan faktor psikologis dari nasabah, karena dengan mengetahui faktor psikologis akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan sesuatu, hal ini akan berdampak pada penjualan jasa maupun produk perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peran kualitas pelaya faktor psikologis konsumen yaitu *Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan, Sikap* dalam memengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dan variabel mana yang paling dominan memengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Karenanya untuk memperoleh data yang diperlukan penulis dilakukan dengan menyebar kuesioner secara langsung ke nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang nasabah yang menggunakan iB Hasanah Card. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda.

Melalui analisis kuantitatif, hasil penelitian ini menunjukkan yang pertama: secara simultan variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari Motivasi (X_1), Persepsi (X_2), Pembelajaran (X_3), Keyakinan (X_4), Sikap (X_5), berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji f dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($1,779 > 2,311$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,010 yang berarti nilai ini lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,010 < 0,05$). Sedangkan secara parsial hanya ada satu variabel yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan IB Hasanah yaitu variabel bukti sikap (X_5) hal ini dapat dilihat dari uji t dimana t_{hitung} sebesar 2,019 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dan tingkat signifikansi 0,046 lebih kecil dari 0,05. Kedua; variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan IB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah variabel bukti sikap (X_5) hal ini dapat dilihat dari uji t dari nilai *Standardized Beta* tertinggi yaitu variabel bukti fisik (X_5) sebesar 0,199.