

## ABSTRAK

**Desy Rosita** : 2018. *Analisis Keputusan Peserta PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banjarmasin dalam Pemilihan Mitra Bayar Pensiun*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (1) Dr. Syaugi Mubarak, Seff, S.Ag, MA (2) Erisa Nilasari, MP.

**Kata Kunci:** mitra bayar pensiun, keputusan.

Penelitian ini dilatar belakangi tentang alasan peserta PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banjarmasin yang memilih mitra bayar pensiun karena lokasi mitra bayar pensiun yang digunakan strategis dan mudah dijangkau dan faktor kurangnya informasi atau promosi dari mitra bayar pensiun lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor harga, lokasi, promosi, pelayanan dan sosial berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan peserta PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banjarmasin dalam pemilihan mitra bayar pensiun. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini ditujukan kepada peserta PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banjarmasin dengan teknik pengambilan sampel *random sampling* dan jumlah sampel 100 orang.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi peserta PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Banjarmasin dalam pemilihan mitra bayar pensiun yaitu harga (X1), lokasi (X2), promosi (X3), pelayanan (X4), dan sosial (X5). Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) terdapat pengaruh secara simultan terhadap keputusan pemilihan mitra bayar pensiun (Y), hal ini dapat dilihat dari  $F_{hitung} (8,807) > F_{tabel} (1,910)$  dan nilai signifikansi  $(0,000) < \alpha (0,10)$ . (2) Secara parsial variabel harga (X1) dengan  $t_{hitung} (-0,448) < \text{nilai } t_{tabel} (1,291)$  dan variabel pelayanan (X4) dengan  $t_{hitung} (0,461) < \text{nilai } t_{tabel} (1,291)$  tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan variabel lokasi (X2) dengan nilai  $t_{hitung} (2,730) > \text{nilai } t_{tabel} (1,291)$ , variabel promosi (X3) dengan nilai  $t_{hitung} (2,043) > \text{nilai } t_{tabel} (1,291)$ , dan variabel sosial (X5) dengan  $t_{hitung} (4,341) > \text{nilai } t_{tabel} (1,291)$  berpengaruh secara signifikan.