

ABSTRACT

This study tries to achieve the objectives of 1) analyzing the influence of religiosity towards decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara 2) analyzing the influence of corporate image towards decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara 3) analyzing the influence of service quality towards decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara. This study employs explanatory quantitative research intended to explain the relationship among variables to examine a hypothesis. The population in this study is all customers of Bank BNI Syariah Jakarta Utara during the period of December 2017 amounted to 41,296 customers with a total of samples of 100 respondents. In order to answer the problems formulated in this study, multiple linear regression analysis is conducted. Based on the discussion and analysis, the result reveals several conclusions as follows: 1) Religiosity provides influence towards decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara, which means that the higher level of religiosity a person develops, the decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara also rises. 2) Corporate image of BNI Syariah provides influence towards decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara, which means the better corporate image BNI Syariah is able to maintain, the decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara also rises 3) Service quality provides influence towards decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara, which means the better service quality offered, the decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara also rises

4) Religiosity, corporate image and service quality simultaneously provides influence towards decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara, which means the changes in variables of religiosity, corporate image and service quality also changes the decision making of becoming a customer of BNI Syariah Jakarta Utara.

Keywords: religiosity, corporate image, service quality and customer decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis besar pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara 2) Untuk menganalisis besar pengaruh citra lembaga terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara 3) Untuk menganalisis besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan eskplanatif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain untuk menguji suatu hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BNI Syariah Jakarta Utara perhitungan Bulan desember tahun 2017 sebanyak 41.296 nasabah dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Hasil analisis dapat diketahui bahwa Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara, artinya bahwa dengan semakin tingginya tingkat religiusitas maka keputusan untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara akan mengalami peningkatan. 2) Citra Lembaga BNI Syariah berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara, artinya bahwa dengan semakin baiknya citra lembaga maka keputusan untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara akan mengalami peningkatan 3) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara, artinya bahwa dengan semakin baiknya kualitas pelayanan maka keputusan untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara akan mengalami peningkatan 4) Religiusitas, citra lembaga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara, artinya dengan adanya perubahan dari variabel religiusitas, citra lembaga dan kualitas pelayanan maka keputusan untuk menjadi nasabah di BNI Syariah Jakarta Utara akan mengalami perubahan.

Kata Kunci: religiusitas, citra lembaga, kualitas pelayanan dan keputusan nasabah