

ANALISA SIKAP NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA UNIT USAHA  
BANK DANAMON SYARIAH  
(STUDI KASUS DI 4 CABANG BANK DANAMON SYARIAH JAKARTA)

RITA JUWITA

MANAGEMENT PEMASARAN

**ABSTRAK** : Masalah yang dibahas di dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui faktor yang dominan yang mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan jasa Bank Danamon Syariah, bagaimana sikap nasabah terhadap faktor-faktor tersebut, dan Bagaimana hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan jasa Bank Danamon Syariah dengan keputusan nasabah memilih Bank Danamon Syariah. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah tersebut adalah Prinsip Syariah Islam, Perekonomian Islam, Bagi Hasil yang tinggi, Product menarik, Jumlah Cabang, Fasilitas dan Jaringan ATM banyak, Pelayanan Cepat, CS ramah, Lokasi Strategis, Gedung Cabang Nyaman, Informasi Teman, Iklan melalui media dan sosialisasi, Bank yang dikenal & dipercaya , dan Unit dari bank besar

Dalam penelitian ini metode pengambilan sample akan dilakukan dengan metode *Non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* sebanyak 117 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, descriptive, analisa faktor Sedangkan Sikap responden diuji dengan menggunakan Teori Fishbein.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa KMO (Keisein Meiyer Olkin) sebesar 0,788 ( di atas 0,6). Ini menunjukkan bahwa ke 14 variabel dalam penelitian yaitu Prinsip Syariah, Perekonomian Islam, Bagi Hasil yang tinggi, Product menarik, Jumlah Cabang, fasilitas dan Jaringan ATM banyak, Pelayanan Cepat, CS ramah, Lokasi Strategis, Gedung Cabang Nyaman, Informasi Teman, Iklan melalui media, Bank yang dikenal & dipercaya , Unit dari bank besar mempunyai korelasi yang kuat dan signifikan. Nilai MSA yang diperoleh rata-rata di atas 0,5 menunjukkan bahwa ke 14 variable di atas dapat dilanjutkan (atau competent) untuk dijadikan variable dalam instrument penelitian. Sedangkan sikap nasabah yang dengan menggunakan teori Fishbein mengungkapkan bahwa faktor (atribut) dianggap penting oleh nasabah adalah atribut Syariah Islam dan atribut Memajukan Perekonomian Islam. .