

ABSTRAK

IMPLEMENTASI FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGI PADA KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGUNAKAN JASA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH BMT AL- HASANAH LAMPUNG

Oleh

David Melsan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah BMT Al Hasanah Lampung, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil sampel sebanyak 98 orang responden, yang merupakan nasabah BMT Al Hasanah Lampung, sementara itu analisis data dengan regresi linier berganda.

Hasil analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel faktor budaya (X_1) dan variabel faktor sosial (X_2) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa (Y), sedangkan variabel faktor pribadi (X_3) dan psikologi (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa (Y). Secara simultan variabel faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa. Oleh karena itu, BMT Al Hasanah Lampung seharusnya lebih memperhatikan faktor pribadi dan psikologi untuk mengembangkan lembaga keuangan syariah yang sesuai dengan syariah islam.

Kata kunci : Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi dan Keputusan Menggunakan Jasa