

Faktor - faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah FIF terhadap syariah dengan principal component analysis: Studi kasus pada PT FIF Cabang Rawamangun Jakarta

Safira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=111151&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini merupakan penelitian mengenai preferensi nasabah FIF terhadap FIF syariah serta karakteristik nasabahnya. Selain itu penelitian ini melihat faktor - faktor yang paling dominan mempengaruhi preferensi nasabah FIF penelitian ini menggunakan landasan konsep perilaku konsumen sebagai dasar variabel yang hendak diuji ada sepuluh variabel yang terdiri dari usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan serta jumlah angsuran, jangka waktu kredit, keyakinan nasabah terhadap ajaran agama tentang larangan atas sistem bunga (riba) atau alasan emosional dan pengetahuan nasabah mengenai kehadiran sistem pembiayaan syariah dalam hal ini adalah FIF syariah.

Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan dengan melakukan penyebaran kuisioner. Jumlah sampel yang diteliti adalah 146 nasabah FIF untuk Kredit Pemilikan Motor (KPM) Honda. Data yang diperoleh diuji dengan menggunakan SPSS Versi 15.00 dengan model statistik deskriptif dan model Principle Component Analysis (PCA) atau Analisis Komponen Utama. Hasil penelitian terlihat bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi preferensi nasabah FIF pada FIF syariah adalah faktor keadaan ekonomi nasabah yang terdiri dari income (penghasilan), jangka waktu kredit dan besarnya jumlah angsuran perbulan yang dibayarkan oleh nasabah.

<hr>

This thesis presents the research about the preference of the customer of FIF falling one of the company product's FIF syariah. Include the customer's characters. Furthermore the research describes the dominant factors influence the preference of the customer to use the product, the method used in this thesis based on the consumer behavior as the variable which is tested. There are [0 variables consists of age, gender, marital status, education, occupation and the income, monthly installment, term of credit, customer belief on their religion principal about the interest prohibition (riba) or emotional reason and customers awareness about the FIF syariah.

The questioners had been spread to collect the data which is used to gain the primary data. The amount of the sample is 146 FIF's customer for the Honda motorcycle's credit. The collected data is tested with SPSS Ver 15.00 with descriptive statistic model and analyzed with PCA model or main component analysis. The research result seem that the most dominant factor that effect FIF costumers preference in svariah FIF is costumers economic factor that divide from income credit term's and how much installment that costumers have to paid every mounth.