

# Analisis dimensi pembentuk customer value serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan intensi perilaku nasabah Bank Syariah studi kasus mahasiswa = Analysis of customer value dimension and its influence on satisfaction and behavior intention of Islamic Bank customer case study on student

Deny Adi Purwanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331307&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi pembentuk customer value dan pengaruhnya terhadap intensi perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan. Dimensi pembentuk customer value yang diteliti adalah : fungsional, sosial, emosional, dan spiritual. Penelitian ini dilakukan pada 279 mahasiswa sebagai nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi emosional diikuti dimensi spiritual merupakan dimensi yang paling besar kontribusinya membentuk customer value. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa customer value memiliki pengaruh secara langsung yang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh secara tidak langsungnya melalui mediasi kepuasan terhadap intensi perilaku. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan kontribusi dimensi pembentuk customer value pada kelompok nasabah yang berbeda.

.....This study aims to analyze the dimensions of customer value and its effect on behavior intention, both directly and indirectly through satisfaction. Forming customer value dimensions examined are: functional, social, emotional, and spiritual. The study was conducted on 279 students as customers of Islamic banks. The results of this study indicate that the emotional dimension and followed by spiritual dimension are the dimension with the greatest contributions to establish customer value. In addition, the results showed that customer value has a direct effect greater than the indirect effect through the mediation of satisfaction to behavioral intentions. The study also shows that there are different dimensions contribute to forming customer value of different customer groups.