

ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil penelitian dari Pengaruh Pengetahuan Konsumen Tentang Produk Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Keputusannya Untuk Menjadi Nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya meliputi rumusan masalah yaitu, Adakah pengaruh pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya dan Sejauh mana pengaruh pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui metode survey yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen tentang pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya. Untuk mengetahui hal tersebut, maka digunakan analisis regresi linier sederhana dengan menambahkan uji F. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 20 nasabah. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner dan wawancara. Sedangkan untuk pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji linier sederhana.

Hasil diperoleh untuk F_{tabel} yaitu 3,592. Signifikansi yang digunakan adalah kurang dari 0,05. Hasil di atas menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,067 > 3,592$) dan signifikansi kurang dari 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari pengetahuan tentang produk dan pembelian terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

Dengan melihat hasil koefisien determinasi (R^2) maka besaran pengaruh pengetahuan konsumen tentang pembiayaan modal kerja yakni sebesar 7% dengan 93% sisanya keputusannya untuk menjadi nasabah oleh faktor lain yang tidak diteliti dan analisisnya telah dijelaskan dalam bab pembahasan. Jika melihat dari model regresi linier sederhana dimana pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja mempengaruhi keputusannya untuk menjadi nasabah sebanyak 0,731 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Saran, bagi pihak bank pengetahuan konsumen adalah hal yang utama untuk diperhatikan. Pengetahuan konsumen akan sebuah produk akan mempengaruhi terhadap keputusannya untuk melakukan pembelian. Konsumen yang belum pernah menggunakan suatu produk akan memerlukan informasi tentang suatu produk, baik manfaat dan cara membelinya sebelum konsumen memutuskan untuk memilih, membeli dan menggunakannya. Sedangkan konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut akan cenderung menggunakan kembali produk tersebut setelah mengetahui manfaat dan memiliki pengalaman baik tentang produk tersebut.