

ABSTRAK

Suci Endayani : Pengaruh Inovasi Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya.

Penelitian ini di latar belakang oleh adanya kebijakan yang di lakukan oleh beberapa perusahaan untuk meraih pangsa pasar dan mencegah kebosanan pelanggan. Seperti halnya yang di lakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya yang terus melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas dan memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah guna menarik minat masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis 1) kegiatan inovasi produk yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya, 2) proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh masyarakat sehingga menjadi nasabah di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya, dan 3) pengaruh inovasi produk terhadap keputusan masyarakat sehingga menjadi nasabah di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya.

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner dan wawancara kepada responden penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literature, jurnal, atau data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Teknik analisis data dengan uji instrument menggunakan uji validitas, realibilitas dan normalitas sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana, Uji simultan F (uji f), uji parsial (uji t), dan uji perhitungan Koefisien Determinasi.

Berdasarkan kajian teori dan analisis data yang telah peneliti paparkan di atas, maka dapat di simpulkan bahwa : 1) kegiatan inovasi produk di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya termasuk pada klasifikasi baik, hal tersebut dibuktikan dari hasil rekapitulasi dengan skor 2071. 2) Keputusan pembelian masyarakat pada produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya termasuk pada klasifikasi baik, hal tersebut di butikan dari hasil rekapitulasi dengan skor 2072. 3) hasil perhitungan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai signifikansi variabel inovasi produk yang terdapat pada tabel uji t yaitu $0,000 < 0,05$. Dari tabel Uji F dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan perbandingan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($27,517 > 3,94$). Dari tabel Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh nilai $R^2 = 0.219$ yang artinya bahwa variabel inovasi produk (X) berpengaruh sebesar 21,9% terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Sedangkan sisanya 78,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.