

PENGARUH PRODUK, PROMOSI, LOKASI, REPUTASI DAN INFORMASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGUNAKAN BANK SYARIAH DI DIY

Intisari

Bank syariah merupakan bank yang dikenal dengan sistem bagi hasil dan dalam pengaturan bank menggunakan prinsip-prinsip syariah islam. Dalam perkembangannya nasabah bank syariah tidak hanya terdiri dari nasabah muslim saja, nasabah non muslim juga menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis probabilitas keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah yang dipengaruhi oleh faktor-faktor produk(X1), promosi(X2), lokasi(X3), reputasi(X4), dan informasi keuangan(X5).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Non Probability Sampling dengan cara Purposive Sampling. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan membagikan pada mahasiswa di Universitas Gajah Mada (UGM), Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Yogyakarta (UPN). Metode analisis dan datanya menggunakan regresi logistik, uji validitas dan reliabilitas, uji Likelihood Ratio (LR), Uji Z, pengolahan datanya menggunakan SPSS 17 dan eviews 7.

Kata kunci: **Produk, Promosi, Lokasi, Reputasi, Informasi Keuangan, Regresi Logistik dan Keputusan**