

ABSTRAKSI

Atalya Putri, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 152160021, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “ANALISIS SIKAP DAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN PRODUK JENIUS-PERBANKAN DIGITAL (STUDI PADA FORUM KOMUNITAS JENIUS - JENIUS CO.CREATE).” Dosen pembimbing I Saaptika Kancana dan Dosen pembimbing II Indro Herry Mulyanto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sikap nasabah dalam penggunaan produk Jenius-Perbankan Digital dan keputusan nasabah dalam penggunaan produk Jenius-Perbankan Digital melalui metode Multiatribut Fishbein.

Populasi dalam penelitian ini adalah adalah anggota Forum Komunitas Jenius - Jenius Co.Create. Penentuan jumlah sampel akan ditentukan dengan *level of confidence* 90% dan *margin of error* sebesar 10% maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 69 responden. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah didasarkan pada metode *Non Probability Sampling* dengan menggunakan pendekatan *Accidental Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) hasil perhitungan sikap nasabah Jenius-Perbankan Digital dengan model Multiatribut Fishbein menunjukkan sikap positif dengan nilai sikap total sebesar 266,56 yang dimana nilai sikap total tersebut berada di interval >246,4-323,2 serta memiliki interpretasi positif. Sehingga, nilai 266,56 dapat diartikan bahwa responden yang merupakan Nasabah Jenius-Perbankan Digital pada Forum Komunitas Jenius - Jenius Co.Create memiliki sikap yang positif terhadap atribut produk Jenius-Perbankan Digital; (2) keputusan nasabah Jenius-Perbankan Digital yang ditunjukkan dengan hasil $B \approx BI$ adalah positif yaitu sebesar 166,25 maka dapat dikatakan bahwa nasabah memiliki perilaku positif atau artinya nasabah akan mengambil keputusan menggunakan produk Jenius-Perbankan Digital. Selain itu, persamaan $B \approx BI = 54(Ab) + 46(SN)$ yang diperoleh dari perhitungan diatas juga menunjukkan bahwa minat berperilaku atau keputusan yang diambil nasabah lebih besar dipengaruhi oleh sikap nasabah sebesar 0,54 (54%) dari pada norma subjektif 0,46 (46%).

Kata Kunci: Atribut Produk Perbankan Digital, Sikap Nasabah, Keputusan Nasabah.