

ABSTRAK

Irwan Gunawan (0608734) “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kota Bandung” di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Disman, MS dan Drs. Ani Pinayani, MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor psikologis yakni Motivasi Nasabah, Persepsi Nasabah, Pembelajaran Nasabah serta Keyakinan dan Sikap berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kota Bandung.

Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kota Bandung yang sudah menabung selama minimal 3 Bulan. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif dengan teknis analisis data menggunakan regresi berganda serta menggunakan alat analisis *Econometric Views* (EViews) 6.0.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Motivasi Nasabah, Persepsi Nasabah, Pembelajaran Nasabah serta Keyakinan dan Sikap berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kota Bandung. Dilihat dari analisis regresinya menyatakan bahwa Motivasi Nasabah, Persepsi Nasabah, Pembelajaran Nasabah serta Keyakinan dan Sikap *berpengaruh positif* terhadap Preferensi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kota Bandung, dimana Motivasi Nasabah, Persepsi Nasabah, Pembelajaran Nasabah serta Keyakinan dan Sikap berpengaruh signifikan.

Kata Kunci : *Preferensi, Motivasi, Persepsi, Pembelajaran serta Keyakinan dan Sikap.*

ABSTRACT

Irwan Gunawan (0608734) “Factors which influence the preference of the customers of Bank Muamalat Indonesia branch Bandung city” under the guidance of Prof. Dr. H. Disman, MS and Drs. Ani Pinayani, MM.

The purpose of this research was to know whether psychological factors; customers' motivation, perception, learning, belief and attitude influence the customer preference of Bank Muamalat Indonesia branch Bandung city

In this research, the object of research was the customers of Bank Muamalat Indonesia branch Bandung city who have saved their money for minimum 3 months. The research method used was descriptive with quantitative approach using data analysis technique doubled regression and *Econometric Views* (EViews) 6.0. tool analysis.

Based on the result of the research, it was found that customers' motivation, perception, learning, belief and attitude influence the customer preference of Bank Muamalat Indonesia branch Bandung city positively in which customer motivation, perception, learning belief and attitude influence significantly.

Key words: preference, motivation, perception, learning, belief and attitude.