

ABSTRAK

Keputusan investasi merupakan perilaku yang terdapat pada seseorang untuk melakukan investasi dalam rentang waktu yang panjang, serta merekomendasikan produk investasi yang digunakan kepada orang lain. Keputusan investasi nasabah tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, akan tetapi juga mampu berperan dalam mengembangkan dan menaikkan laba perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan investasi dengan menggunakan variabel ICSR, transaction cost dan islamic brand image . Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Theory of Reasoned Action. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian yang digunakan adalah nasabah Bank Syariah Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling melalui media kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS melalui beberapa tahapan yaitu statistik deskriptif, pengujian kualitas data, pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ICSR dan transaction cost berpengaruh terhadap keputusan investasi, sedangkan variabel islamic brand image tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi nasabah.

Kata Kunci : Keputusan Investasi, ICSR, *Transaction Cost*, *Islamic Brand*

ABSTRACT

Investment decisions are behaviors that exist in a person to invest in a long period of time, and recommend investment products that are used to others. Customer investment decisions not only function to maintain the continuity of the company, but also play a role in developing and increasing company profits. This study aims to determine the factors that influence customers in investing by using the variables ICSR, transaction cost and Islamic brand image. The theory used in this research is Theory of Reasoned Action. This research uses a quantitative approach with the research object used is the customers of Indonesian Sharia Banks. The data used in this study is primary data by collecting data using a purposive sampling technique through the medium of a questionnaire which is measured using a Likert scale. Data analysis in this study used SPSS through several stages, namely descriptive statistics, testing data quality, testing classical assumptions and testing hypotheses. The results of the study show that ICSR and transaction costs have an effect on investment decisions, while the Islamic brand image variable has no effect on customer investment decisions.

Keywords: Investment Decision, ICSR, Transaction Cost, Islamic Brand