

(TESIS)

**FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH BANK SYARIAH DI KOTA
PADANG**



OLEH:

**SRI JAYA WARDHANI
2008/ 11145**

**KOSENTRASI PENDIDIKAN EKONOMI / GEOGRAFI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

ABSTRACT

Sri Jaya Wardhani. 2013. The Factors Consumers Consider In Choosing Islamic Bank in the city of Padang. Thesis Graduate Program State University of Padang.

This research purpose to reduce the dominant factors that consumers consider in selecting Islamic banks.

This research included type of research with a quantitative approach to the exploration of the population are customers who choose Islamic banks are in the city of Padang as much as 12,892 people. The sampling technique used accidental sampling technique. Total sample in this study was 350 people. Data were analyzed using factor analysis. To view and see factors dominant.

Based on the research that has been done, the results obtained can be summarized as follows: Factors that influence the consumer in selecting Islamic banks is 1). Factor culture and neighborhood consists of art, religious norms, beliefs, situation of the economy, education, habits, prestige, moral, religious of organizations, and neighborhoods. 2). Factor reference group and role consisting of roles, dominance, encouragement of friends, family encouragement. 3). Psychological Factors consists of obedience, perceptions, age, motivation, and learning. 4). Lifestyle factors and confidence consist of, opinions activity and confidence. 5). Attitudes and beliefs factors consists of beliefs, attitudes and geographic area. 6). Factors principles.

The results of this study are expected to improve the bank should remain optimization technology used by Islamic banks, as well as providing speed in customer service.

ABSTRAK

Sri Jaya Wardhani. 2013. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Padang. Thesis Program Pascasarjana Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mereduksi faktor-faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif dengan populasi adalah nasabah yang memilih bank syariah yang berada Di Kota Padang sebanyak 12.892 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Total sampel dalam penelitian ini adalah 350 orang. Data dianalisis dengan menggunakan analisis faktor. Untuk melihat faktor dominan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil temuan yang dapat disimpulkan sebagai berikut: Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bank syariah adalah 1).Faktor budaya dan lingkungan tempat tinggal terdiri dari seni, norma agama, keyakinan, ilmu pengetahuan, keadaan ekonomi, pendidikan, kebiasaan, prestise, moral, organisasi keagamaan, dan lingkungan tempat tinggal. 2).Faktor kelompok acuan dan peran terdiri dari peran, dominasi, dorongan teman, dorongan keluarga. 3).Faktor psikologis terdiri dari ketaatan, persepsi, usia, motivasi, dan proses pembelajaran. 4). Faktor gaya hidup dan kepercayaan diri terdiri dari, pendapat aktivitas dan kepercayaan diri. 5). Faktor sikap dan kepercayaan terdiri dari kepercayaan, sikap dan area geografis. 6).Faktor prinsip

Hasil penelitian ini diharapkan bagi bank hendaknya tetap meningkatkan optimalisasi teknologi yang digunakan oleh bank syariah, serta memberikan kecepatan dalam layanan nasabah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang paling dalam penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan teisis yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Dominan Dipertimbangkan Konsmuen Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Padang”.Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan pada program pascasarjana pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dengan konsentrasi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dorongan baik materil maupun moril dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mukhayar, M.Pd selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Negeri Padang yang telah banyak memberikan kemudahan dan fasilitas selama mengikuti pendidikan.
2. Ibu Dr. Sri Ulfa Sentosa, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan teisis ini.
3. Ibu Dr. Susi Evanita, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan teisis ini.
4. Bapak Prof. Dr. H. Syamsul Amar, M.Si, Bapak Prof. Dr. Damsar, M.Si, Bapak Prof. Dr. H Abizar selaku dosen penguji sekaligus dosen program pasca sarjana Universitas Negri Padang yang memberikan saran-saran yang dapat menjadi pembelajaran bagi penulis dalam perbaikan tesis ini.
5. Dosen dan seluruh pegawai program pascasarjana Universitas Negri Padang yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam rangka kelancaran penyelesaian tesis ini.
6. Pihak-pihak lainnya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dan dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari semua pihak. Mudah-mudahan tesis ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Semoga Allah SWT selalu memberikan limpahan rahmat dan hidayahnya, amin.

Padang, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN AKHIR TESIS.....	iii
PERSETUJUAN KOMISI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A.....	L
atar belakang Masalah.....	1
B.....	I
identifikasi Masalah	7
C.....	P
embatasan Masalah	7
D.....	P
erumusan Masalah.....	8
E.....	T
ujuan Penelitian.....	8
F.....	M
manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A.....	K
ajian Teori	10
B.....	H
asil Penelitian Relevan	20
C.....	K
erangka Berfikir	22
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A.....	J
enis Penelitan	25
B.....	P
opulasi dan Sampel	25
C.....	T
eknik Pengumpulan Data	27
D.....	P

E.....	e
ngembangan Istrumen	27
F.....	D
efinisi Operasional	28
G.....	U
ji Instrumen Penelitian	29
H.....	T
enik Analisis Data	30

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.....	H
asil Penelitian	36
B.....	H
asil Analisis	66
C.....	P
embahasan	72
D.....	

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A.....	K
esimpulan	79
B.....	S
aran	79
C.....	I
mplikasi	80

DAFTAR PUSTAKA	82
-----------------------------	-----------

KUISIONER PENELITIAN	84
-----------------------------------	-----------

LAMPIRAN	
-----------------------	--

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan jaringan kantor perbankan syariah	2
Tabel 1.2 Perkembangan nasabah perbankan syariah di kota Padang	3
Tabel 1.3 Jenis produk bank syariah di kota Padang	4
Tabel 3.1 Jumlah nasabah bank syariah di kota Padang	25
Tabel 3.2 Kisi-kisi instrument penelitian dan operasional.....	29
Tabel 4.1 Perkembangan nasabah perbankan syariah di kota Padang	36
Tabel 4.2 Jenis kelamin responden	37
Tabel 4.3 Umur responden.....	38
Tabel 4.4 Pekerjaan responden	38
Tabel 4.5 Pendidikan responden	39
Tabel 4.6 Agama responden.....	39
Tabel 4.7 Distribusi frekuensi variabel ilmu pengetahuan.....	40
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi variabel keyakinan.....	41
Tabel 4.9 Distribusi frekuensi variabel seni.....	42
Tabel 4.10 Disribusi frekuensi variabel moral	43
Tabel 4.11 Distribusi frekuensi variabel kebiasaan	44
Tabel 4.12 Disribusi frekuensi variabel norma agama.....	45
Tabel 4.13 Disribusi frekuensi variabel keadaan ekonomi	46
Tabel 4.14 Disribusi frekuensi variabel area geografis.....	47
Tabel 4.15 Disribusi frekuensi variabel pendidikan	48
Tabel 4.16 Disribusi frekuensi variabel prestise	49
Tabel 4.17 Disribusi frekuensi variabel tempat tinggal	50
Tabel 4.18 Disribusi frekuensi variabel organisasi keagamaan	51
Tabel 4.19 Disribusi frekuensi variabel dorongan keluarga	52
Tabel 4.20 Disribusi frekuensi variabel peran	53
Tabel 4.21 Disribusi frekuensi variabel dominasi.....	54
Tabel 4.22 Disribusi frekuensi variabel dorongan teman	55
Tabel 4.23 Disribusi frekuensi variabel prinsip	56
Tabel 4.24 Disribusi frekuensi variabel pendapat.....	57
Tabel 4.25 Disribusi frekuensi variabel aktivitas.....	58

Tabel 4.26 Distribusi frekuensi variabel kepercayaan diri.....	59
Tabel 4.27 Distribusi frekuensi variabel usia.....	60
Tabel 4.28 Distribusi frekuensi variabel ketaatan	60
Tabel 4.29 Distribusi frekuensi variabel motivasi	61
Tabel 4.30 Distribusi frekuensi variabel persepsi	62
Tabel 4.31 Distribusi frekuensi variabel proses pembelajaran	63
Tabel 4.32 Distribusi frekuensi variabel sikap.....	64
Tabel 4.33 Distribusi frekuensi variabel kepercayaan	65
Tabel 4.34 KMO and Bartlett's Test.....	66
Tabel 4.35 Anti Image Matric.....	67
Tabel 4.36 Comunalities	68
Tabel 4.37 Total variance explained	69
Tabel 4.38 Component matrix.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model perilaku konsumen.....	12
Gambar 2.2 Model membuat keputusan konsumen	14
Gambar 2.3 Model pengorganisasian perilaku konsumen.....	16
Gambar 3.1 Kerangka konseptual	23

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Perekonomian dunia saat ini mengalami kemajuan. Kemajuan perekonomian meliputi semua sektor seperti sektor manufaktur (industri), jasa dan perbankan. Termasuk di Indonesia perkembangan perekonomian menuntut masyarakat untuk memilih perbankan yang cocok untuk melaksanakan sirkulasi dana, baik secara perorangan maupun organisasi. Nasabah memiliki beberapa pertimbangan untuk memilih bank sebagai organisasi yang digunakan mereka.

Bank berperan sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana, serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran. Awal periode 1980-an diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dibentuk. Prakarsa yang lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dimulai di awal tahun 1990.

Perkembangan bank syariah di Indonesia tergolong pesat. Dalam waktu kurang dari 15 tahun banyak bank-bank yang semula bersifat konvensional akhirnya membuka cabang perbankan yang bersifat syariah. Dapat dilihat pada Tabel 1.1 perkembangan bank syariah di Indonesia.

Tabel 1.1
Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah Priode 2006 s/d 2010

Tahun	Jumlah Jaringan Perbankan Syariah											
	Bank Umum				Unit Usaha Syariah				Bank Pembiayaan Rakyat Syariah			
	Jml Bank	Perkembangan %	Jumlah Kantor	Perkembangan %	Jml. bank umum memiliki UUS	Perkembangan %	Jumlah Kantor	Perkembangan %	Jumlah Bank	Perkembangan %	Jumlah Kantor	Perkembangan %
2006	3	0%	304	0%	19	0%	154	0%	92	0%	92	0%
2007	3	0%	349	15%	20	5%	183	19%	105	14%	105	14%
2008	3	0%	401	15%	26	30%	196	7%	114	9%	185	76%
2009	5	66%	581	45%	27	4%	241	23%	133	17%	202	9%
2010	6	20%	688	19%	27	0%	275	14%	138	4%	223	10%

www.bi.go.id

Dilihat dari perkembangan bank syariah di Indonesia jumlah bank umum syariah meningkat dari tahun 2005 sampai 2010 sebanyak 6 bank diantaranya bank muamalat, bank syariah mandiri, bank syariah mega. Sedangkan bank yang memiliki unit syariah yaitu BNI, BRI, BTN syariah, Bank Bukopin, Bank CIMB Niaga, Bank Danamon Indonesia, Bank IFI, Bank Internasional Indonesia, Bank Permata, BPD Kalimantan Selatan, Bank DKI, BPD Aceh, BPD Jawa Barat, BPD Banten, BPD Kalimantan Barat, BPD Nusa Tenggara Barat, BPD Riau, BPD Sumatera Selatan, BPD Bangka Belitung, BPD Sumatera Utara, Bank Nagari Sumbar, The Hongkong& shanghai B.C.

Padang salah satu Kota di Sumatera Barat memiliki keunikan tersendiri terhadap perilaku mengkonsumsi suatu produk. Struktur dan persepsi masyarakat Padang yang religius sangat memungkinkan terdapatnya berbagai persepsi yang mempengaruhi perilaku dalam memilih bank.

Bank syariah di Kota Padang terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan industri lembaga keuangan syariah ini diharapkan mampu

memperkuat stabilitas sistem keuangan nasional. Terbukti lima bank syariah yang ada di Padang seperti Bank Nasional Indonesia (BNI syariah), Bank Rakyat Indonesia (BRI syariah), Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, Bank Nagari Syariah. Sedangkan jumlah Bank Konvensional di Padang ada 14 Bank. Harapan tersebut memberikan suatu optimisme melihat penyebaran jaringan kantor perbankan syariah saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat.

Jumlah nasabah bank syariah di Kota Padang terus meningkat, berikut ini akan di sajikan dalam bentuk Tabel 1.2

Tabel 1.2
Perkembangan Nasabah Perbankan Syariah di Kota Padang
Priode 2006 s/d 2010

Tahun	Nama Bank Syariah											
	BNI Syariah		Bank Muamalat		BSM		BRI Syariah		Bank Nagari Syariah		Total Nasabah	
	Jumlah	Perkembangan %	Jumlah	Perkembangan	Jumlah	Perkembangan %	Jumlah	Perkembangan %	Jumlah	Perkembangan %	Jumlah	Perkembangan %
2006	853	0%	4,323	0%	3,287	0%	509	0%			8,972	0%
2007	945	11%	4,746	10%	3,700	13%	570	12%			9,961	11%
2008	1,080	14%	5,340	13%	4,135	12%	650	14%			11,205	12%
2009	1,275	18%	6,130	15%	4,711	14%	751	16%	390	0%	13,257	18%
2010	1,535	20%	7,280	19%	5,612	19%	875	17%	634	63%	15,936	20%

Sumber : Bank Syariah di Kota Padang

Dari Tabel 1.2 diketahui bahwa pertumbuhan nasabah bank syariah di Kota Padang mengalami pertumbuhan terus meningkat. Dari total nasabah bank syariah tahun 2010 terjadi pertumbuhan nasabah sebesar 20%. Peningkatan jumlah yang tertinggi terjadi pada Bank Nagari Syariah di tahun 2009 sebesar 63%, sedangkan pertumbuhan terendah pada Bank BRI syariah sebesar 17%. Untuk BNI syariah di tahun 2010 mengalami pertumbuhan sebesar 20% lebih tinggi dari pada pertumbuhan Bank Muamalat dan BSM sebesar 19%.

Bank syariah yang ada di Kota Padang menawarkan berbagai jenis produk bank untuk pendanaan maupun pembiayaan pada nasabah bank syariah sangat menguntungkan bagi nasabah bank syariah dapat dilihat pada Tabel 1.3

Tabel 1.3
Jenis Produk Bank Syariah di Kota Padang

BNI Syariah	Bank Muamalat	Bank Syariah Mandiri	BRI Syariah	Bank Nagari Syariah
Pendanaan	Pendanaan	Pendanaan	Pendanaan	Pendanaan
Giro Wadiah	Giro Wadiah	Giro Wadiah	Giro Wadiah	Giro Wadiah
Tab.Mudharabah	Tab. muradhabah	Tabungan :	Tab. Mudharabah	Tab. BSM
Deposito	Tab. share	1. Maburur	Deposito Modharabah	Tab.Maburur
1 Bulan	Deposito	2. Qurban	1 bulan	Tab. Qurban
3 Bulan	1 Bulan	3.Pendidikan	3 bulan	Tab. Pendidikan
6 Bulan	3 Bulan	4.Simpatik	6 bulan	Tab. Pensiun
12 Bulan	6 Bulan	5.Pensiun	12 bulan	Tab. Berencana
>12 Bulan	12 Bulan	6.Berencana		Deposito
	> 12 Bulan	Deposito		1 bulan
		1 Bulan		3 bulan
		3 Bulan		12 bulan
		6 Bulan		> 12 bulan
		12 Bulan		
Pembiayaan	Pembiayaan	Pembiayaan	Pembiayaan	Pembiayaan
1. Mudharabah.	1. Mudharabah	1. Perumahan	1. mudharabah	1. Murabahah
2. <u>Musyarakah</u>	2. Musyarakah	2. Pensiun	2. Musyarakah	
3. Murabahah	3. Murabahah	3. Kedokteran	3. Murabahah	
4. Salam	4. Salam	4. multiguna	4.Salam	
5. Gadai syariah		5. multifinance	5. Gadai Syariah	
		Gadai Syariah		
		Talangan Haji		

Sumber: Bank Syariah di kota Padang

Dari Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa setiap bank syariah di Kota Padang menawarkan bermacam-macam produk. keberagaman produk dari setiap bank ini merupakan salah satu faktor yang di pertimbangkan oleh nasabah dalam memilih bank syariah

Untuk meningkatkan jumlah nasabah, bank syariah juga memperhatikan lokasi kantor dan cabang pembantu agar terjangkau oleh

konsumennya. Sehingga konsumen dengan mudah melakukan transaksi pada bank syariah. Bank syariah juga menyediakan fasilitas ATM yang tersebar di lokasi yang strategis di Kota Padang agar mudah di jangkau oleh konsumen, dan bank syariah juga bekerja sama dengan ATM bersama pada bank konvensional memudahkan konsumen dalam menarik uang.

Bank syariah juga melakukan promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah di Kota Padang melalui radio, koran maupun televisi lokal, dengan bahasa yang mudah di pahami. Sehingga masyarakat memahami produk yang di tawarkan oleh bank syariah. Kualitas yang di berikan bank syariah kepada nasabah terus meningkatkan terutama layanan kepada nasabah yang semakain baik. Di antaranya peningkatan kualitas layanan dengan menambah jaringan pelayanan (Kantor Cabang, KCP, dan Kantor Kas), kerapian dan kebersihan karyawan, pengembangan produk inovatif, mempercanggih teknologi, peningkatan *skills* dan *knowledge* karyawan.

Bank Syariah juga memperhatikan gaya hidup dari nasabah terutama di Kota Padang yang ingin kecepatan dalam transaksi melalui SMS banking. Fenomena globalisasi dan revolusi teknologi informasi, menjadikan sektor keuangan pun menjadi semakin dinamis, kompetitif dan kompleks. Teknologi yang menjadi infrastruktur pada bank syariah yang menjajikan gaya hidup nasabah yang personal, *easy life*, efesien, serba cepat dan mobile.

Bank syariah menerapkan bagi hasil kepada nasabah dengan akad yang jelas yang dibuat bersama antara nasabah dengan pihak bank. Sehingga

nasabah merasa aman untuk menyimpan dana dan meminjam dana pada bank syariah. Bank syariah juga menjaga keamanan dana nasabah.

Sedangkan fenomena dari konsumen bank syariah terlihat dari motivasi konsumen bank syariah di Kota Padang memilih bank syariah bersifat rasional. Rasional disini diartikan akan mengambil keputusan apabila segala sesuatunya sudah jelas bagi mereka, dan mereka akan memilih bank apabila bank tersebut memang memberikan manfaat yang lebih baik dibanding dengan pelayanan dari bank lain. Disamping itu mereka mendambakan kehidupan yang lebih modern, memiliki sikap dan keyakinan yang jelas, selalu mempertahankan status dan peran mereka dalam segala tindakan, dan berusaha untuk mempraktekan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Konsumen yang menjadi nasabah bank syariah memiliki tingkat pendidikan jauh lebih baik. Sebagai tingkat kesadaran mereka untuk menerapkan ajaran agama Islam pada diri mereka.

Konsumen dalam memilih bank syariah akan dipengaruhi oleh perilaku pembeliannya. Pembelian itu dilakukan oleh individu maupun kelompok dan proses pertukaran melibatkan serangkaian langkah-langkah, dimulai dengan tahap perolehan lalu konsumsi. Dalam memilih suatu jasa, termasuk bank syariah. Ada beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen. Faktor-faktor tersebut menjadi dasar bagi konsumen untuk membuat keputusan memilih bank syariah yang tepat.

Bank syariah di kota Padang juga meningkatkan pelayanan dan profesionalisme. Sehingga konsumen memilih bank syariah yang benar-benar

sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Mereka akan mempertimbangkan beberapa faktor sebelum memilih bank syariah. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “ **Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Padang**”

B. Identifikasi Masalah.

Dalam masalah ini, penulis ingin mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih bank syariah dan faktor-faktor yang paling dominan menimbulkan kecenderungan memilih bank syariah. fenomena-fenomenanya yaitu, 1) faktor budaya, memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen di dalam pembelian. Peran budaya, sub-budaya, dan kelas sosial konsumen sangatlah penting. 2) faktor sosial, memiliki pengaruh seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status. 3) Faktor Pribadi, keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. 4) Faktor Psikologis, pilihan seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis seperti, motivasi, persepsi, pembelajaran/pengetahuan, keyakinan dan sikap.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah seperti ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, kebiasaan, norma agama, keadaan ekonomi, area geografis, pendidikan, prestise, lingkungan tempat tinggal, organisasi keagamaan, dorongan keluarga, peran, dominasi, dorongan

teman, prinsip, pendapatm aktivitasm kepercayaan diri, usia, ketaatan, motivasi, persepsi, proses pembelajaran, sikap dan keyakinan

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan adalah:

Apa saja faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih bank syariah?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah.

F. Manfaat Penelitian.

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada :

1. Bagi Penulis.

Sebagai wahana potensial untuk meningkatkan kemampuan analisis, pemikiran dalam menetapkan teori-teori yang ada dengan keadaan yang sebenarnya. Sehingga dapat memberikan informasi - informasi mengenai kesesuaian teori dengan kondisi yang ada dimasyarakat untuk dapat mengambil keputusan yang tepat bagi pihak yang berkepentingan.

2. Bagi Pengambil Kebijakan

Bagi pemimpin bank - bank syariah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai perbaikan bank untuk meningkatkan konsumen dalam memilih produk- produk yang ada di bank.

3. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian- penelitian yang lebih lanjut dalam hal pengembangan kajian keilmuan dan penelitian tentang jasa di masa datang.

4. Bagi peneliti lebih lanjut

Penulisan ini dapat menambah pengetahuan, wawasan yang dapat bermanfaat dalam penelitian lanjutan yang berkenaan dengan factor-faktor yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, pengujian terhadap hipotesis yang diajukan memberikan hasil sebagai berikut :

Terdapat 6 faktor konsumen dalam memilih bank syariah yaitu: faktor budaya terdiri dari seni, norma agama, keyakinan, ilmu pengetahuan, keadaan ekonomi, pendidikan, kebiasaan, prestise, moral, organisasi keagamaan, dan lingkungan tempat tinggal. Faktor kelompok acuan terdiri dari peran, dominasi, dorongan teman, dorongan keluarga. Faktor psikologis terdiri dari ketaatan, persepsi, usia, motivasi, dan proses pembelajaran. Faktor gaya hidup terdiri dari, pendapat aktivitas dan kepercayaan diri. Faktor kepercayaan dan sikap terdiri dari kepercayaan, sikap dan area geografis. dan faktor prinsip

B. Saran-Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan dalam yang telah dikemukakan, penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Bagi konsumen bank syariah, perlu memperhatikan faktor pemasaran dan faktor lingkungan tempat tinggal, dari faktor tersebut konsumen dapat memperoleh informasi untuk memilih bank yang sesuai dengan harapan konsumen, sehingga konsumen dapat mengambil keputusan.
- b. Bagi bank syariah, bank syariah perlu memperhatikan masyarakat yang menjadi acuan bagi konsumen untuk mendapatkan informasi. Serta meningkatkan teknologi untuk menunjang pelayanan yang optimal bagi

nasabah, sehingga nasabah merasa puas atas kecepatan pelayanan. Meningkatkan faktor psikologi dari nasabah dengan cara meningkatkan memberikan seminar-seminar atau pelatihan guna meningkatkan pengetahuan nasabah akan bank syariah. Sehingga nasabah merasa puas menabung di bank syariah.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, perlu mengidentifikasi lebih lanjut variabel-variabel yang lain pada bank syariah di masa yang akan datang.

C. Implikasi.

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi pertama, faktor budaya dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah. Pengembangan budaya konsumen akan berdampak pada pemasaran bank seperti perencanaan produk, promosi, distribusi dan penetapan harga. Untuk mengembangkan strategi yang efektif pemasar perlu mengidentifikasi aspek-aspek penting kebudayaan dan memahami bagaimana mereka mempengaruhi konsumen.

Implikasi kedua, faktor kelompok acuan dipertimbangkan konsumen memilih bank syariah. Kelompok acuan berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian dan konsumsi. Hal ini akan memberikan masukan pada bank syariah bahwa untuk meningkatkan nasabahnya hendaknya memperhatikan kelompok acuan yang ada pada masyarakat.

Implikasi ketiga, faktor psikologi dipertimbangkan konsumen memilih bank syariah. Hal ini akan memberikan masukan pada bank syariah bahwa

faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah terdiri dari ketaatan, persepsi, motivasi, proses pembelajaran, dan usia. Hal ini akan memberikan masukan pada bank syariah bahwa untuk meningkatkan nasabahnya harus memperhatikan kebutuhan dari konsumen itu sendiri,

Implikasi keempat, faktor gaya hidup dipertimbangkan konsumen memilih bank syariah. Gaya hidup konsumen dapat digunakan oleh bank syariah secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen

Implikasi kelima, faktor kepercayaan dan sikap dipertimbangkan konsumen memilih bank syariah. Hal ini memberikan masukan pada bank syariah harus menampilkan kelebihanannya agar konsumen memiliki kepercayaan pada bank syariah.

Implikasi keenam, faktor prinsip syariah dipertimbangkan konsumen memilih bank syariah. Hal ini memberikan masukan pada bank bahwa prinsip syariah dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank, untuk itu akan berdampak pada perbankan Islam akan menjadi alternative system yang mampu mengatasi ketimpangan system keuangan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Amali Rivai, Harif. 2007. *“Identifikasi Faktor-faktor Penentu Kepuasan Konsumen dalam Memilih Jasa perbankan”* :Bank Indonesia dan Center for Banking Research (CBR)-Andalas University, (Online).Vol. 12, No. 3 (<http://bi.go.id/>, diakses 1 Februari 2010)
- Agustina, Lia. 2012. *” Pengaruh Motivasi, Persepsi, Gaya Hidup Dan Respon Atas Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)”*: Upn "Veteran" Yogyakarta, (online), <http://repository.upnyk.ac.id/id/eprint/2795> (diakses 17 juli 2012)
- Bayu Tri Kristianto, F. 2009. *“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Melakukan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)”* : *journal Of Business And Management*, (Online), (http://eksekutif_ibmt/, diakses 27 april 2012)
- Bank Indonesia. 2009. *“Statistik Perbankan Syariah”* , (Online), Vol. 1, No. 2 (<http://www.bi.go.id>, diakses 1 Februari 2010)
- Engle.F.Roger D.Blackwell dan Paul W. Minard.1995. *“Prilaku Konsumen”*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Ghozali,Imam. 2001. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2008. *“Manajemen Pemasaran Jilid 1”*. Indonesia. PT Index.
- Mankunegara, Anwar Prabu. 2002. *“Prilaku Konsumen”*. Jakarta :PT.Refika Aditama.
- Mowen, John C dan Michael Minor, Salim Lina. 2002. *“Perilaku konsumen (Jilid 1)”*. Jakarta : PT.Erlangga.
- Musliadi. 2012. *“Faktor yang mempebgaruhi tingkah laku konsumen”*: *musliadiblog*. (Online), (<http://musliadiblog/>, diakses 1 mei 2012)
- Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam. 2007.*“ Potensi, Preferensi, dan Prilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah : Studi pada Wilayah Propinsi Jawa Timur”*. Malang : Bank Indonesia dan Universitas Brawijaya, (Online), Vol.5, No.I, (<http://BPSESjatmiIndonesia/>, diakses 16 Desember 2009)