

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH
UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK JASA BANK MANDIRI
SYARIAH UNIT PEMBANTU UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH MAKASSAR**



**KADERIA
105720485314**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2018

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH
UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK JASA BANK MANDIRI
SYARIAH UNIT PEMBANTU UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**KADERIA
105720485314**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Jurusan Manajemen**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : "Analisis Faktor-faktor Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah untuk Menggunakan Produk jasa bank Mandiri Syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar"

Nama Mahasiswa : Kaderia
No Stambuk/NIM : 105720485314
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Kamis tanggal 7 Februari 2019.

Makassar, 8 Februari 2019

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Drs. H. Sultan Sarda, MM
NIDN: 0015075903

Pembimbing II,

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576

Diketahui :

Dekan,

Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,

Jurusan Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Kaderia, Nim : 105720485314, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0001/SK-Y/61201/091004/2019 M, Tanggal 02 Jumadil Akhir 1440 H/7 Februari 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

03 Jumadil Akhir 1440 H

Makassar,

08 Februari 2019 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....) (Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....) (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....) (WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....)
 2. Ismail Rasulong, SE, MM (.....)
 3. Drs. H. Sultan Sarda, MM (.....)
 4. Drs. H. Hamzah Limpo, Ms (.....)

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM

NBM 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kaderia

Stambuk : 105720485314

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : "Analisis Faktor-faktor Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah untuk Menggunakan Produk jasa bank Mandiri Syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar"

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 07 Februari 2018

Yang membuat Pernyataan,



Diketahui Oleh :

Dekan,
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,
Program Studi Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan do'a teruntuk:

Perempuan yang terayu dan berhati lembut yang mengajarkanku tentang cinta, kasih sayang, dan manis pahitnya kehidupan, namun doa dan peluknya membalut tiap jengkal nafasku. Dan

perempuan itu kupanggil IBU...

(Maaf untuk semua khilafku ibu)

Laki – laki kuat yang rela mengorbankan tenaga, pikiran, bahkan nyawa sekalipun demi pengabdian dan tanggungjawabnya serta do'anya tak pernah berhenti mengalir utukku. Laki –

laki itu kupanggil Ayah...

(Jasa – jasamu adalah semangat hidup ayah)

Perempuan yang kuat dan cerdas, yang memberiku semangat, kesetiaan dan cintanya. Dan

perempuan itu adalah adikku

Keluarga dan teman-temanku yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a terbaiknya,

Jazakumullahu katsira....

MOTTO

Berilmu, beramal dan beradkwah sampai akhir hayat

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi nasabah untuk Menggunakan Produk Jasa Bank mandiri Syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar ”

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Bakri dan ibu Hawaniah yang senantiasa member harapan, semangat, perhatian, kasi saying dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE.,MM Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong,SE.,MM Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Muh. Nur Rasyid,SE.,MM selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bapak Dr. H. Sultan Sarda,MM selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Dr. H. A.Muhiddin Daweng selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian Skripsi.
6. Bapak/ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program studi Manajemen angkatan 2014
9. Terimah kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungan sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya

para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, Agustus 2018

KADERIA



ABSTRAK

KADERIA, Tahun 2018 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi nasabah untuk Menggunakan Produk Jasa Bank mandiri Syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I H. Sultan Sarda dan Pembimbing I H. A. Muhiddin Daweng.

Penelitian ini bertujuan untuk Jenis penelitian yang digunakan dalam Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis menganalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi nasabah untuk Menggunakan Produk Jasa Bank mandiri Syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Agustus 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif dan analisis faktor. Teknik pengambilan sampel yaitu *sampling incidental*. Instrument penelitian yang digunakan adalah angket dengan teknik skala likert, observasi lapangan, dan dokumentasi. Jumlah sampel adalah sebanyak 50 responden yang merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Analisis faktor digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 14 variabel yang ada, terbentuk 3 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan Bank Syariah Mandiri. Faktor-faktor tersebut adalah faktor pribadi, pemasaran, dan sosial dengan *eigenvalue* sebesar 35,563%, faktor budaya *eigenvalue* sebesar 10, 898%, dan faktor psikologi *eigenvalue* sebesar 7,376%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bahwa faktor pribadi, faktor pemasaran, faktor budaya, faktor sosial, dan faktor psikologi adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam memilih dan menggunakan jasa bank syariah.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Keputusan Nasabah, Bank Syariah.

ABSTRACT

KADERIA, Tahun 2018 "Analysis of Factors Affecting Decision Making Customers Prefer Islamic Banking in Ciputat Sub". Thesis Faculty of Economics and Business department of Accounting Muhammadiyah University of Makassar. Guided by Supervisor I H. Sultan Sarda and Advisor II H. A. Muhiddin Daweng.

This study aimed to analyze the factors that may affect the customer's decision to use banking services branch of Mandiri Syariah auxiliary units Muhammadiyah University Makassar. This research was conducted in August 2018. The research method used is a field research with quantitative approach and factor analysis. Sampling technique that is incidental sampling. Research instrument used was a questionnaire with Likert scale techniques, observation, and documentation. The number of samples is 60 respondents who are customers of students of economics and business faculty. Factor analysis was used to analyze the data in this study.

The results showed that of the 14 variables, formed three factors that influence a client's decision in choosing banking services Bank Syariah Mandiri. These factors are personal, factors marketing, and social factors with eigenvalue equal to 35.563%, cultural factors eigenvalue equal to 10.898%, and psychological factors eigenvalue equal to 7.376%. It can be concluded that that cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, and marketing factors are the factors considered by the customers in selecting and using the services of Islamic banks.

Keywords: Factor Analysis, Customer Decision, Bank Syariah

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan.....	7
D. Manfaat.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Bank Syariah.....	9
1. Pengertian Bank Syariah.....	9
2. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	10
B. Pengertian Jasa, Bank, Nasabah.....	12

C. Pengertian pemasaran	13
D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	14
E. Proses Pengambilam Keputusan	20
F. Penelitian Terdahulu	24
G. Kerangka Konsep	25
H. Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Devinisi Operasional Variabel dan Pengukuran	27
D. Populasi dan Sampel	27
E. Metode Analisis Data	28
F. Teknik Pengumpulan Data	33
BAB IV PEMBAHASAN	37
A. Bank Syariah mandiri	37
1. Sejarah Bank Syariah Mandiri	37
2. Visi misi bank Syariah	39
3. Produk tabungan bank syariah mandiri	40
B. Uji instrument Angket	52
1. Uji validitas	52
2. Uji Reliabilitas	53
C. Hasil Penelitian	53
D. Analisis Faktor	66
E. Hasil observasi	85
F. Pembahasan hasil penelitian	88
BAB V Kesimpulan dan Saran	90

A. Kesimpulan.....	90
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	10
Tabel 4.1	Seleksi Asuransi BSM Tabungan Investasi Cendekia	44
Tabel 4.2	Ketentuan BSM Tabungan Investasi Cendekia	46
Tabel 4.4	Reliability Statistic	52
Tabel 4.5	Karena keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka nasabah menabung di bank syariah khususya pada produk tabungan syariah	52
Tabel 4.6	Bank syariah didukung oleh para ustadz yang sangat dikenal publik maka saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah	54
Tabel 4.7	Kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah	55
Tabel 4.8	Dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim	56
Tabel 4.9	Nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat islam sehingga telah dianggap dewasa	57
Tabel 4.10	Pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil	58
Tabel 4.11	Sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya Meninggalkan mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah	58

Tabel 4.12	Saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya dan keluarga saya	59
Tabel 4.13	Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah	60
Tabel 4.14	Dengan menabung di bank syariah saya menjadi tenang karena produk tabungan syariah adalah produk halal	61
Tabel 4.15	Produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah	62
Tabel 4.16	Pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah	63
Tabel 4.17	Promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan	64
Tabel 4.18	Perhitungan bagi hasil yang jelas dan sesuai dengan Kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah	64
Tabel 4.20	<i>KMO and Barlett's Test</i>	66
Tabel 4.21	Angka Measure of Sampling Adequacy (MSA) pada Anti- Image Matrics	66
Tabel 4.21	<i>Communalities</i>	70
Tabel 4.22	Total Variance Explained	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep.....24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Surat Permohonan Izin Penelitian
2. Surat Balasan Persetujuan Penelitian
3. Kuisisioner Penelitian
4. Tabulasi
5. Hasil uji validitas
6. Angka MSA pada Anti-Image Matrics
7. Communalities
8. Total Variance Explain



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum pengertian bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2010: 24). Dengan demikian, bank disebut juga sebagai perantara keuangan atau *financial intermediary*. Menurut UU RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (UUD No. 21 Hlm: 2).

Berdasarkan definisi di atas bank tersebut dapat dijelaskan bahwa bank merupakan suatu badan usaha yang memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat, bank bukan hanya badan usaha yang mencari keuntungan saja tetapi juga mementingkan masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup rakyat. Selain menghimpun dana, bank juga menjalankan fungsinya yang terkait dengan penyediaan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Kemudian secara garis besar Fungsi Bank Syariah tidak berbeda dengan bank konvensional, yakni sebagai lembaga intermediasi (*intermediary institution*) yang mengarahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas

pembiayaan. Perbedaan pokoknya terletak dalam jenis keuntungan yang diambil bank dari transaksi-transaksi yang dilakukannya. Bila bank konvensional mendasarkan keuntungannya dari pengambilan bunga, maka Bank Syariah dari apa yang disebut sebagai imbalan, baik berupa jasa (*fee-base income*) maupun *mark-up* atau *profit margin*, serta bagi hasil (*loss and profit sharing*).

Secara umum pengertian Bank Islam (*Islamic Bank*) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas Bank Islam selain istilah Bank Islam itu sendiri, yakni Bank Tanpa Bunga (*Interest-Free Bank*), Bank Tanpa Riba (*Lariba Bank*), dan Bank Syari'ah (*Shari'a Bank*). Di Indonesia secara teknis yuridis penyebutan Bank Islam mempergunakan istilah resmi "Bank Syariah", atau yang secara lengkap disebut "Bank Berdasarkan Prinsip Syariah" (Antonio, 2001: 43).

Berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992 sebagai bank umum pertama syariah, hadir secara langsung meningkatkan partisipasi umat islam untuk bermuamalat secara syariah dan turut mengembangkan ekonomi masyarakat kecil. Dengan sistem sesuai syariah islam, Bank Muamalat ternyata mampu melewati krisis ekonomi dan dapat predikat sebagai salah satu bank tersehat di Indonesia, ini membuktikan bahwa ekonomi islam dengan sistem bagi hasil mampu menjawab permasalahan ekonomi yang sedang dihadapi di Indonesia.

Dengan demikian bank syariah di Indonesia diprediksikan dapat berkembang pesat dilihat dari jumlah penduduk muslim Indonesia yang mencapai kurang lebih 85% dari 220 juta penduduk. Indonesia menjadi salah satu faktor utama

berkembangnya perbankan syariah yang menyajikan alternatif instrumen keuangan nasabah dan perbankan kepada nasabah muslim sesuai dengan syariat islam.

Namun faktanya, dengan mayoritas masyarakat muslim di Indonesia, pengguna perbankan syariah justru masih dikatakan minim. Hal ini dapat dibuktikan dengan sedikitnya pengetahuan dan keingintahuan masyarakat tentang perbankan syariah itu sendiri. Mereka belum paham ekonomi islam atau tidak mempraktekkan dalam berinteraksi bisnis dan keuangan sehari-harinya.

Pernyataan di atas dapat dibuktikan Pada Penelitian Dr. Jazim Hamidi, yang berjudul “Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah” menyatakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, dan 54% secara *fiqhiyah* tidak menyetujui bunga bank, namun dalam praktiknya bentuk kegiatan usaha, produk, dan jasa perbankan syariah (yang secara konseptual tidak berdasar pada bunga kurang dimengerti oleh masyarakat, yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah) (Hamidi, Hamidah dkk, 2014: 1).

Berdasarkan survei Karim Consulting Indonesia, terkait persepsi masyarakat pada umumnya terhadap bank syariah, terlihat bahwa bank syariah aman dan baik hanya sebesar 2,8%. Sedangkan persepsi masyarakat terhadap keuntungan dan kelebihan bank syariah juga lebih dominan kepada sisi syariahnya (www.tokoindonesia.com). Lain halnya dengan mahasiswa FEB (FAkultas Ekonomi dan Bisnis) UNISMUH Makassar pada khususnya yang memiliki pengetahuan yang lebih baik dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya.

UNISMUH (Universitas Muhammadiyah Makassar) adalah salah satu universitas islam di Makassar yang berlandaskan nilai-nilai keislaman yang memiliki slogan Unggul dan Islami sehingga dalam proses pembelajaran banyak dimuati pelajaran islami dan pendidikan keislaman. Karena UNISMUH Makassar itu sendiri adalah dibawah naungan organisasi Muhammadiyah, yang memiliki perbedaan dengan Universitas-universitas lain yg sifatnya masih umum. Maka, nilai-nilai islam itu sendiri pasti sudah ditanamkan dalam setiap kegiatan-kegiatan maupun pembelajaran yang ada di UNISMUH Makassar. seperti halnya dalam peningkatan kapisitas SDM (Sumber Daya Manusia) Mahasiswa FEB. Dapat diasumsikan mereka telah mendengar apa itu ekonomi islam dalam mata kuliahdi UNISMUH Makassar khususnya di fakultas ekonomi dan bisnis diasumsikan secara tidak langsung mereka sudah berinteraksi dengan Bank Syariah.

Perbankan syari'ah itu sendiri sudah memberikan dampak pada UNISMUH Makassar, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Para mahasiswa sudah banyak mengetahui tentang adanya bank syari'ah maka sudah selayaknya jika para mahasiswa cenderung memilih menggunakan jasa perbankan syari'ah yang sering mengkaji tentang produk-produk perbankan syariah. Dengan adanya pengetahuan tentang perbankan syariah tersebut sangat mempengaruhi sikap mahasiswa terhadap produk-produk perbankan syariah sehingga akan menjadi sangat wajar apabila sebagian mahasiswa mampu mensikapi produk-produk perbankan syariah.

Mahasiswa FEB UNISMUH Makassar sebenarnya sudah menggunakan perbankan syariah karena system pembayaran yang berkenaan dengan kelangsungan aktivitas perkuliahan dilakukan melalui perbankan syariah yaitu Bank

Syariah Mandiri. Akan tetapi, walaupun sistem pembayaran sudah melalui bank syariah namun masih banyak menggunakan bank konvensional. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan hasil observasi yang peneliti lakukan secara langsung mendapat informasi dari mahasiswa jurusan manajemen beliau mengatakan bahwasanya kami memiliki tabungan dan bertransaksi menggunakan bank konvensional walaupun sistem pembayaran kampus melalui perbankan syariah. Bahkan kami terdaftar sebagai nasabah di bank syariah mandiri cabang UNISMUH Makassar ditandai dengan KTM double ATM yang kami miliki.

Sikap Mahasiswa FEB yang masih menggunakan jasa bank konvensional sebenarnya mereka sangat menyetujui adanya bank syariah. Akan tetapi, bank konvensional yang penyebarannya sangat luas sampai kepada pedesaan dibandingkan dengan penyebaran bank syariah mengakibatkan belum berperilaku bank syariah sebagai alternatif jasa keuangan mereka sehari-hari.

Persepsi adalah proses bagaimana stimulus-stimulus (yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi dan diinterpretasikan, persepsi setiap orang terhadap suatu objek itu berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subyektif. Stimulus adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Salah satu stimulus yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya) karena persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subjektif (Sutisna, 2001: 63).

Perilaku mahasiswa FEB terhadap perbankan syariah ini dapat dilihat dari dua aspek yaitu aspek tabungan dan aspek pembiayaan, apakah bersedia untuk

menabung di bank syariah tanpa ragu sedikitpun atau tidak berhubungan dengan perbankan syariah sama sekali. Pada sisi tabungan dan pembiayaan nantinya akan terlihat pemahaman tentang sistem perbankan syariah yang mempunyai sifat komprehensif.

Dalam kehidupan sehari-hari perilaku konsumen berbeda-beda dalam Islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah *Subhanahuwata'ala*. Islam telah mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu tidak menyimpang dari ajaran agama Islam (Sudarsono, 2007: 167). Sehingga dari berbagai sikap ini memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, persepsi, sikap serta perilaku masyarakat dalam menyikapi perbankan syariah. Di Universitas Muhamadiyah Makassar salah satunya, melihat bagaimana sudut pandang para Mahasiswa FEB terhadap fenomena tersebut, apakah sudah sesuai dengan prinsip syariah atau sebatas argumen saja. Karena, pada dasarnya para Mahasiswa FEB sudah tidak asing lagi dengan keberadaan bank syariah.

Pada dasarnya Mahasiswa FEB sangat menyetujui adanya perbankan syariah bahkan menyikapinya sebagai bank yang bagus karena perbankan ini menjalankan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai islam jauh dari yang namanya riba. Akan tetapi, sebagian dari Mahasiswa FEB memperlakukan bank syariah masih secara parsial. Hal tersebut dikarenakan adanya beberapa faktor yang membuat Mahasiswa FEB belum sepenuhnya memperlakukan bank syariah secara total.

Untuk itu peneliti sangat tertarik untuk membahas permasalahan tersebut dari uraian diatas untuk pembahasan yang lebih jelas akan dibahas dalam uraian

berikutnya dan hasil dari penelitian ini akan penulis susun dalam bentuk skripsi yang berjudul: “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK JASA BANK SYARIAH MANDIRI UNIT PEMBANTU UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penulisan ini adalah :

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk jasa bank mandiri syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar?

C. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk jasa bank bank mandiri syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar.

D. Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, sebagai bahan perbandingan antara ilmu yang penulis peroleh selama dibangku kuliah maupun dari hasil membaca literaturliteratur dengan kenyataan praktis yang ada pada perbankan Mandiri syariah

2. Bagi pihak bank, hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan, dalam hal ini pihak manajemen bank, dan dapat menjadi acuan dalam penerapan strategi pemasaran.
3. Bagi nasabah bank syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan juga sebagai bahan acuan penelitian dimasa yang akan datang dan akan diketahui faktor mana yang dominan dari faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan keputusan nasabah memilih bank syariah.





BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadist Nabi *Shallallahu 'alaihi wasallam*. Atau dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian yaitu bank Islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Bank Islam adalah (1) bank yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah Islam; (2) adalah bank yang tata cara

beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist; Sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsure-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat ke dalam bentuk simpanan dan kemudian menyalurkannya pada masyarakat dalam bentuk pinjaman dan bentuk-bentuk lainnya agar dapat meningkatkan taraf hidup rakyat (Booklet Perbankan Indonesia, 2014).

9

Menurut Kasmir (2011:11), bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki aktifitas utama menghimpun dana dari masyarakat dan memberikan pelayanan bank lainnya. Bank sebagai lembaga perantara keuangan memiliki tiga fungsi pokok (Reksoprajitno, 1993:11):

- a. Menyalurkan dana dari penabung ke peminjam.
- b. Mengurangi adanya risiko para penabung.
- c. Meningkatkan likuiditas perekonomian.

Menurut Booklet Perbankan Indonesia (2014), bank syariah adalah bank yang kegiatan usahanya dijalankan berdasarkan prinsip syariah dan jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

2. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank konvensional dan bank syariah dalam beberapa hal memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang dipergunakan, persyaratan umum pembiayaan dan sebagainya (Fahmi, 2014: 31). Akan tetapi, terdapat banyak perbedaan mendasar diantara perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Hal mendasar yang membedakan terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan. Adapun perbedaan-perbedaannya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No	Perbedaan	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Bunga	Berbasis revenue / profit loss sharing	Berbasis bunga
2	Resiko	Risk Sharing	Anti risk
3	Operasional	<ul style="list-style-type: none"> - Dana masyarakat pihak ketiga (DPK) berupa titipan (<i>wadi'ah</i>) dan investasi (<i>mudharabah</i>) yang baru akan mendapat hasil jika diusahakan terlebih dahulu - Penyaluran dana (<i>financing</i>) pada usaha yang halal dan menguntungkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Dana masyarakat (DPK) berupa titipan simpanan yang harus dibayar bunganya pada saat jatuh tempo - Penyaluran dana pada sector yang menguntungkan, aspek halal tidak menjadi pertimbangan agama

4	Produk	Multi produk (jual beli, bagi hasil, jasa)	Produk tunggal (kredit)
5	Pendapatan	Pendapatan yang diterima depositan terkait langsung dengan pendapatan yang diperoleh bank dari pembiayaan	Pendapatan yang diterima depositan tidak terkait dengan pendapatan yang diperoleh bank dari kredit
6	Dasar Hukum	Al-Qur'an, Sunnah, Hadist, Fatwa Ulama, Bank Indonesia dan pemerintah	Bank Indonesia dan Pemerintah
7	Falsafah	Tidak berdasarkan bunga (<i>riba</i>), spekulasi (<i>maisir</i>) dan ketidakjelasan (<i>gharar</i>)	Berdasarkan atas bunga (<i>riba</i>)
8	Aspek Sosial	Dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang di dalam visi dan misi	Tidak diketahui secara tegas
9	Organisasi Uang	Harus memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS)	Tidak memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS)
10		Uang bukan komoditi, tetapi hanyalah alat pembayaran	Uang adalah komoditi selain alat pembayaran

B. Pengertian Jasa, Bank, Nasabah

1) Jasa

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7) "Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada

dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

Selanjutnya, (Zethaml dan Bitner : 1996) dalam Lupioyadi (2014:7) memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut “Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.

2) Bank

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat ke dalam bentuk simpanan dan kemudian menyalurkannya pada masyarakat dalam bentuk pinjaman dan bentuk-bentuk lainnya agar dapat meningkatkan taraf hidup rakyat (Booklet Perbankan Indonesia, 2014).

Menurut Kasmir (2011:11), bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki aktifitas utama menghimpun dana dari masyarakat dan memberikan pelayanan bank lainnya. Bank sebagai lembaga perantara keuangan memiliki tiga fungsi pokok (Reksoprajitno, 1993:11):

- a. Menyalurkan dana dari penabung ke peminjam.
- b. Mengurangi adanya risiko para penabung.
- c. Meningkatkan likuiditas perekonomian.

3) Nasabah

Menurut Kamus Perbankan, nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Pada tahun 1998 melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 diintroduksilah rumusan masalah nasabah dalam pasal 1 angka 16, yaitu pihak yang menggunakan jasa bank. Rumusan ini kemudian diperinci pada angka berikutnya, sebagai berikut: Nasabah penyimpan dana adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank

dengan nasabah yang bersangkutan. (Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998).

Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan (Pasal 1 angka 18 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998).

C. Pengertian Pemasaran

Philip Kotler dalam buku Harman Malau (2017:15). Pemasaran sebagai ilmu dan seni yang mengeksplorasi, menciptakan, dan memberikan nilai untuk memenuhi kebutuhan target pasar pada keuntungan. Pemasaran mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang belum terpenuhi. Ini mendefinisikan, mengukur dan mengkuantifikasi ukuran pasar diidentifikasi dan potensi keuntungan. Ini titik-titik dimana segmen perusahaan mampu melayani yang terbaik dengan desain dan mempromosikan produk dan layanan yang sesuai.

Menurut Saul Colt – Head of Magic, Fresh Books dalam buku Harman Malau (2017:18). Pemasaran adalah menciptakan pengalaman menarik yang berhubungan dengan orang secara pribadi dan menciptakan keinginan untuk berbagi dengan orang lain.

Pada dasarnya pemasaran merupakan keseluruhan proses kegiatan usaha yang dilakukan baik oleh individu maupun suatu organisasi atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen melalui kegiatan-kegiatan perencanaan, penetapan harga, pelaksanaan promosi dan pendistribusian.

D. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

1. Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah faktor faktor yang berasal dari lingkungan eksternal individu yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Yang termasuk faktor eksternal adalah faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pemasaran

1) Faktor Budaya

Pada setiap kelompok masyarakat pasti memiliki budaya, dimana budaya tersebut bisa digunakan sebagai aturan, kebiasaan dan ciri khas dari suatu kelompok masyarakat. Faktor budaya terdiri dari budaya meliputi, sub budaya dan kelas social merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku konsumen. Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari dari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial, antara lain :

a. Kelompok Acuan

Perilaku konsumen umumnya dipengaruhi oleh individu lainnya, individu yang mempengaruhi tersebut dapat dimasukkan sebagai kelompok primer yang terdiri atas kelompok terdekat dari individu tersebut. Misalnya ; keluarga, teman dan tetangga, sedangkan kelompok kedua adalah kelompok sekunder yang mempunyai interaksi yang lebih formal dan memiliki sedikit interaksi. Kelompok sekunder meliputi kelompok keagamaan, serikat buruh, dan asosiasi profesional.

b. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan ataupun adopsi dan tinggal bersama. Anggota keluarga sangat mempengaruhi dalam pengambilan

keputusan pembelian terhadap individu, keluarga mempunyai peran penting dimana setiap anggota keluarga saling mempengaruhi.

c. Peran dan Status

Dalam kehidupan bermasyarakat, peran dan status selalu mengikuti perjalanan setiap individu. Peran dan status seorang individu dalam kelompok tertentu misalnya keluarga sangat mempengaruhi individu tersebut dalam perilaku pembelian.

3) Faktor Pemasaran

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengertian produk secara umum juga dikemukakan oleh beberapa para ahli. Menurut Philip Kotler produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

b. Promosi

Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. Tujuan promosi adalah

- a) memodifikasi tingkah laku konsumen,
- b) memberitahukan/menginformasikan produk kepada konsumen,
- c) membujuk dan memotivasi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan.

- d) mengingatkan konsumen tentang produk agar tidak beralih ke produk lain. Promosi dalam sistem ekonomi syariah harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau sarana dan metode yang digunakan harus sesuai dengan prinsip syariah.

2. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan internal yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, yang terdiri dari :

1) Faktor Pribadi

Dalam perilaku pembelian, faktor pribadi juga memengaruhi seorang individu. Faktor tersebut terdiri dari

a. Usia

Dalam kehidupan, perjalanan usia tidak dapat dihindarkan. Dengan berjalannya usia maka terjadi pula perubahan pola konsumsi untuk masing-masing usia.

b. Pekerjaan

Pekerjaan juga dapat memengaruhi seorang individu dalam perilaku konsumsinya, misalkan seorang pekerja kasar maka akan cenderung membeli pakaian untuk pekerja kasar, sedangkan pekerja kantoran akan cenderung untuk membeli stelan kemeja atau jas.

c. Situasi Ekonomi

Dalam perilaku pembelian, sedikit banyak juga dipengaruhi oleh situasi ekonomi, dengan berubahnya situasi ekonomi maka biasanya akan merubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

d. Gaya Hidup

Individu dengan latar belakang gaya hidup yang berbeda memiliki kecenderungan berbeda pula dalam perilaku pembeliannya. Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh keluarga, situasi pekerjaan, hobi, dan masih banyak lagi yang lainnya.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen, asalkan jenis kepribadian tersebut dapat diklasifikasikan dengan akurat dan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pilihan produk atau merek yang juga berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri seseorang. Konsep diri adalah cara pandang konsumen terhadap dirinya sendiri. Dengan mengetahui konsep diri seseorang pemasar akan mengetahui tujuan pembelian bagi konsumen.

2) Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan proses keputusan pembelian, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh daur hidup keluarga dan kepribadiannya. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat factor psikologis utama, yaitu :

a. Motivasi

Seorang individu dalam kehidupan bermasyarakat juga memerlukan motivasi untuk menjalani hidupnya, motivasi sendiri juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam melakukan perilaku pembelian.

b. Persepsi

Setiap hari individu mempunyai motivasi untuk melakukan pembelian, tetapi faktor lain yang mempengaruhi seorang individu tersebut adalah persepsi. Persepsi merupakan rangsangan yang tereliminir, terorganisir dan teranalisa. Sering kali seorang individu dihadapkan pada suatu pilihan, dalam pemilihan suatu barang misalnya, dengan adanya persepsi maka seorang individu dapat memilih sesuai dengan persepsi yang tertanam dalam dirinya.

c. Proses belajar

Dalam melakukan tindakan seorang individu tidak lepas dari pembelajaran, perubahan perilaku individu dalam pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pembelajaran dari pembelian sebelumnya. Ahli teori ilmu pengetahuan mengatakan bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang paling mempengaruhi dari dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan.

d. Keyakinan dan sikap

Seorang pemasar biasanya memperhatikan keyakinan konsumennya akan produknya, sering kali seorang pemasar harus merubah iklannya untuk membentuk keyakinan individu dalam pemilihan suatu produk.

E. Proses pengambilan keputusan

Dari definisi yang telah dikemukakan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumen merupakan kegiatan individu baik berupa kegiatan fisik maupun mental, yang bertujuan untuk mendapatkan serta menggunakan barang-barang dan jasa-jasa yang dikehedaki. Selain itu perilaku konsumen berhubungan dengan proses pengambilan keputusan. Konsumen pembeli bukan tindakan saja, tetapi dibarengi dengan keputusan membeli produk berdasarkan merek, bentuk, jumlah, harga serta mekanisme pembayarannya. Analisis perilaku konsumen akan berhasil apabila dapat memahami aspek manusia secara keseluruhan. Pemasar harus memahami apa yang ada dalam proses tersebut, sehingga dapat menyusun kerangka dasar dari tahapan pengambilan keputusan. Tahapan dalam keputusan membeli adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan kebutuhan

Proses diawali dengan pengenalan kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dan sebagian keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat dirangsang oleh rangsangan internal, yaitu bila salah satu kebutuhan normal seseorang seperti lapar, haus dan sebagainya muncul sampai pada tingkat yang cukup tinggi untuk menjadikan dorongan. Kemudian,

kebutuhan juga dapat dirangsang oleh rangsangan eksternal, misalnya pada saat kita melewati di depan toko roti dan pandangan kita pada roti yang baru dipanggang, maka hal itu dapat merangsang rasa lapar kita.

2. Pencarian Informasi

Seseorang konsumen yang tergerak pada suatu produk, bisa atau tidak bisa mencari lebih banyak informasi. Jika dorongan itu kuat dan produk yang dapat memuaskan kebutuhan ada didekatnya maka konsumen itu akan membelinya. Jika tidak, konsumen akan dengan mudah menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi yang berkaitan dengan kebutuhan itu.

3. Evaluasi alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang dimana setiap merk berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

4. Keputusan Membeli

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Ada dua faktor yang dapat berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai oleh

seseorang akan bergantung pada dua hal, yaitu : Intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai oleh konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Faktor kedua adalah situasi yang tidak diharapkan akan muncul untuk mengubah niat pembelian.

Keputusan konsumen untuk mengidentifikasi, menunda atau menghindari suatu keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan. Besarnya resiko yang dirasakan berbeda-beda menurut besarnya uang yang dipertaruhkan, besarnya ketidakpastian atribut dan besarnya kepercayaan diri konsumen. Pemasar harus memahami faktor-faktor yang menimbulkan perasaan adanya resiko dalam diri konsumen dan memberikan informasi serta dukungan untuk mengurangi resiko yang dirasakan.

5. Perilaku Sesudah Pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Konsumen/nasabah tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian. Kepuasan sesudah pembelian. Setelah membeli suatu produk, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu cacat. Beberapa pembeli tidak akan mau produk cacat tersebut, yang lainnya akan bersifat netral dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat itu sebagai sesuatu yang meningkatkan nilai dari produk. Tindakan sesudah pembelian. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk

akan memengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi.

Konsumen yang tidak puas akan berusaha mengurangi ketidakpuasannya dan mengambil satu atau dua tindakan. Mereka mungkin akan mengurangi ketidakcocokannya dengan meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut, atau mereka mungkin akan berusaha mengurangi ketidakcocokannya dengan mencari informasi yang mungkin menginformasikan produk tersebut sebagai bernilai tinggi. Penggunaan dan pembuangan sesudah pembelian.

Para pemasar juga harus mengontrol bagaimana pembeli menggunakan dan membuang suatu produk. Bila konsumen menemukan cara pemakaian penggunaan baru tersebut dapat diiklankan. Pada akhirnya pemasar mempelajari pemakaian serta pembuangan produk untuk mendapatkan isyarat-isyarat dari masalah-masalah dan peluang-peluang yang mungkin ada. Dengan pemahaman kebutuhan dan proses pembelian konsumen adalah sangat penting dalam membangun strategi pemasaran yang efektif. Dengan mengerti bagaimana pembeli melalui proses pengenalan masalah, pencarian informasi, mengevaluasi alternatif, memutuskan membeli, dan perilaku setelah membeli, para pemasar dapat mengambil isyarat-isyarat penting bagaimana memenuhi kebutuhan pembeli. Juga dengan mengerti berbagai partisipan dalam proses pembelian dan pengaruh-pengaruh utama dalam perilaku membeli mereka yang lebih efektif bagi pemasaran mereka.

F. Penelitian Terdahulu

1. Nama : Dessi Natalia (2014)

Judul : Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank BRI syariah cabang Palembang

Hasil penelitian : bahwa pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan merupakan bagian dari perilaku konsumen. Pengambilan keputusan nasabah dalam menabung di Bank BRI Syariah cabang Palembang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Beberapa factor diantaranya adalah faktor promosi, factor agama, dan produk

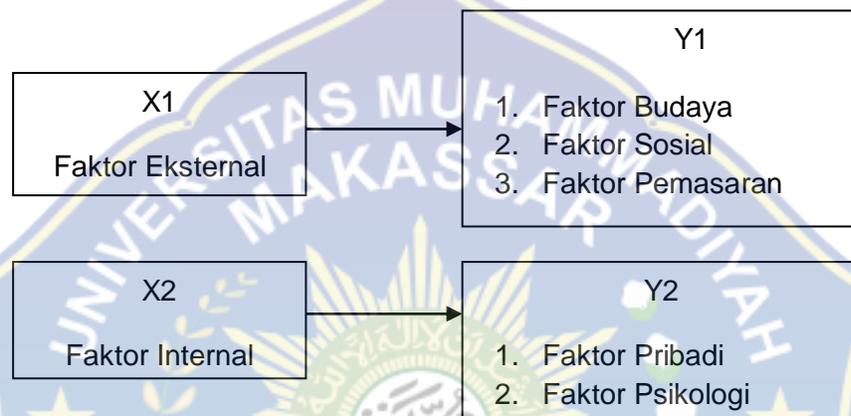
2. Nama : Yayan Fauzi (2010)

Judul : factor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di perbankan Syariah (kasus pada Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta)

Hasil penelitian : bahwa variabel kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta. Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.535 yang berarti kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk dan religiusitas dapat menjelaskan variabilitas nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta 53.5% sedangkan sisanya 46.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain yang tidak diteliti oleh penyusun.

G. Kerangka Konsep

Kerangka berfikir merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Secara skematis alur kerangka penelitian terdapat dalam gambar kerangka penelitian tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, dan faktor pemasaran berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih dan menggunakan jasa bank mandiri syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang datanya diambil dari data statistik dan digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen yaitu variabel bebas terhadap variabel dependen yaitu variabel terikat. Adapun pembahasan hasil penelitian menggunakan deskriptif analisis dimana penulis menggambarkan permasalahan dengan didasari data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut dengan analisis faktor.

Pendekatan penelitian ini adalah melalui pendekatan survey yang dilakukan dengan pengamatan ke lapangan untuk melihat secara langsung yang menjadi objek penelitian..

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi Universitas Muhammadiyah Makassar jl Sultan Alauddin no.256. untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka penulis memilih bank Mandiri syariah Unit Pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar. Lokasi tersebut dipilih dengan pertimbangan bahwa dikawasan ini telah berdiri bank mandiri syariah yang menggunakan produk jasa ATM double KTM dan jumlah nasabah yang menggunakan produk tersebut. Waktu penelitian untuk memperoleh

data yang dibutuhkan, maka direncanakan kurang lebih 2 bulan yang dilaksanakan pada bulan April sampai Mei.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian ²⁵

Definisi operasional variabel penelitian adalah gambaran kondisi yang dicermati peneliti sesuai dengan keadaan dilapangan. Berikut penjelasan secara operasional dari setiap variabel :

1. Faktor Budaya adalah persepsi masyarakat terhadap nilai, perilaku seseorang yang dipelajari dari keluarga dan masyarakat lainnya.
2. Faktor Sosial adalah persepsi masyarakat terhadap peranan dan status sosial masyarakat dalam lingkungannya.
3. Faktor Pribadi adalah persepsi masyarakat terhadap karakter seseorang terkait umur, konsep diri, dan gaya hidup.
4. Faktor Psikologi adalah persepsi masyarakat terhadap psikis kehidupan seseorang yang terbentuk dari keluarga maupun kepribadian seseorang.
5. Faktor Pemasaran adalah persepsi masyarakat terkait produk untuk yang dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian

ini adalah seluruh nasabah dalam Bank Mandiri Syariah cabang Universitas Muhammadiyah Makassar. Tingkat variasi populasi memberikan pengaruh dalam menentukan ukuran sampel. Jumlah keseluruhan nasabah pada Bank Mandiri Syariah unit pembantu Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan produk ATM double KTM seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Arikunto bahwa “ jika jumlah populasi kurang dari 100 orang maka ampelnya dapat diambil 100%. Jika jumlah populasi lebih dari 100 orang maka dapat diambil sampel penelitian 20-25% atau lebih Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Secara umum jumlah sampel yang dianjurkan adalah 10-50 sampel. Atau bisa dengan patoka rasio 10 : 1, dalam arti untuk satu variabel seharusnya ada 10 sampel. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 50 responden. Mengingat sampel tersebut cukup mempresentasikan populasi. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah nasabah (mahasiswa FEB) bank mandiri syariah yang berada di Kampus Unismuh Makassar.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat ukur dapat mengungkapkan dengan tepat gejala-gejala yang hendak diukur dan seberapa jauh alat ukur tersebut dapat memberikan hasil yang dengan sebenarnya status gejala yang akan diukur, maka sebelum alat ukur itu digunakan untuk penelitian perlu dilakuka uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu. Dengan tujuan agar alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian memiliki keakuratan dalam mengungkapkan suatu gejala atau sebagian gejala, sehingga kesimpulan yang akan diambil berdasarkan analisis dari data yang diperoleh dengan alat ukur tersebut menjadi lebih dapat dipercaya.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Oleh karena itu, validitas logis sangat dipengaruhi oleh kemampuan peneliti dalam memahami penelitian, mengembangkan variabel penelitian serta menyusun kuesioner. Dalam mengukur validitas pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk degree of freedom $(df)=n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sample. Hasil uji validitas dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan dan konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dan r tabel melalui tahapan analisis *Cronbach's Alpha* (α). Teknik atau rumus *Cronbach's Alpha* dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala sesuai dengan penelitian ini. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ≥ 0.6 .

3. Analisis Faktor

Sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan produk jasa bank syariah maka teknik analisis faktor tepat untuk digunakan. Analisis faktor adalah jenis analisis yang digunakan untuk mengenali dimensi-dimensi pokok atau keteraturan dari sebuah fenomena. Dalam mengukur presentase masing masing faktor dari hasil kuesioner peneliti menggunakan rumus sebagai berikut :

$$p = \frac{f}{n} \times 100\%$$

keterangan :

p : presentase

f : frekuensi dari setiap jawaban pada angket

n : jumlah responden (sampel)

Tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi sebuah faktor yang lebih kecil. Tujuan statistik dari analisis faktor ini adalah untuk menentukan kombinasi linier dari beberapa variabel yang akan membantu dalam meneliti hubungan saling keterkaitan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor, yakni suatu analisis yang dapat menyederhanakan faktor yang beragam dan kompleks pada variabel yang diamati dengan menyatukan faktor atau dimensi yang saling berhubungan atau mempunyai korelasi pada suatu struktur data yang baru yang mempunyai faktor lebih kecil.

Manfaat dari analisis faktor adalah melakukan peringkasan variabel berdasarkan tingkat keeratan hubungan antara variabel, sehingga akan diperoleh faktor-faktor dominan yang berpengaruh terhadap variabel lainnya. Lebih lanjut Ghazali menjelaskan bahwa asumsi analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor. Jika berdasarkan data visual tidak ada nilai korelasi yang di atas 0.30, maka analisis faktor tidak dapat dilakukan.

Proses utama analisis faktor meliputi hal-hal berikut :

- a) Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis
- b) Barlett's *Test of Sphericity* dipakai untuk menguji bahwa variabel variabel dalam sampel berkorelasi.
- c) Uji Kaiser-Mayer-Olkin(KMO) untuk mengetahui kecukupan sampel atau pengukuran kelayakan sampel. Uji KMO dan Barlett Test memiliki beberapa ketentuan, yaitu angka KMO (Kaiser-Mayer-Olkin) haruslah berada di atas 0.5 dan signifikansi harus berada di bawah 0.005.
- d) Uji MSA (*Measure of Sampling Adequancy*) dipergunakan untuk menganalisis setiap variabel berikutnya. Angka MSA haruslah berada pada 0 sampai 1 dengan kriteria :
 1. $MSA = 1$, variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
 2. $MSA > 0.5$, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
 3. $MSA < 0.5$, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau dikeluarkan dari variabel lainnya.
- e) Setelah sejumlah variabel yang memenuhi syarat didapat, kegiatan berlanjut ke proses inti pada analisis faktor, yakni *factoring*, proses ini akan mengekstrak satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.
- f) Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk.

Beberapa metode rotasi :

1. Rotasi *Orthogonal* yaitu memutar sumbu 90 derajat. Proses rotasi orthogonal dibedakan lagi menjadi *Quartimax*, *Varimax*, dan *Equamax*
2. Rotasi *Oblique* yaitu memutar sumbu kekanan, tetapi tidak harus 90 derajat. Proses rotasi *oblique* dibedakan lagi menjadi *Oblimin*, *Promen*, dan *Orthoblique*. Pemilihan metode rotasi didasarkan pada kebutuhan khusus masalah penelitian, karena tujuan penelitian ini adalah mengurangi jumlah variabel asli (awal) maka digunakan rotasi *orthogonal* yaitu *varimax*.

g) *Interpretasi factor*

Interpretasi faktor dilakukan dengan cara mengelompokkan variabel yang mempunyai *factor loading* yang tinggi ke dalam faktor tersebut.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan dengan cara :

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian

berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.

a. Observasi Berperanserta (*participant observation*)

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipatif ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak.

b. Observasi Nonpartisipan

Kalau dalam observasi partisipatif peneliti terlibat langsung dengan aktifitas orang-orang yang sedang diamati, maka dalam observasi nonpartisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan pengamatan langsung dilapangan untuk melihat secara langsung yang menjadi objek penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian,

sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya, foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini data yang diperlukan adalah dokumentasi yang didapat di lokasi penelitian berupa data umum perusahaan, visi-misi perusahaan, dan produk tabungan perusahaan.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Beberapa prinsip dalam penulisan angket sebagai teknik pengumpulan data yaitu : prinsip penulisan, pengukuran dan penampilan fisik.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan memberikan kuesioner langsung disesuaikan dengan kesediaan nasabah (responden). Kuesioner disusun berupa pertanyaan yang sesuai untuk mengukur variabel penelitian, kuesioner merupakan hasil dari studi pendahuluan yang dilakukan melalui literatur berupa artikel-artikel yang relevan dengan masalah penelitian ini.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket tertutup yaitu angket yang pertanyaannya dan pernyataannya tidak memberi kebebasan kepada responden untuk menjawab sesuai dengan pendapat dan keinginan responden. Teknik yang digunakan adalah teknik skala likert dari 1 sampai 5 dengan rumusan sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

CS = Cukup Setuju diberi skor 3

KS = Kurang Setuju diberi skor 2

SKS = Sangat Kurang Setuju diberi skor 1



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bank Syariah Mandiri

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli

1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi Bank Syariah Mandiri adalah “Bank Syariah Terdepan dan Modern”

Bank Syariah Terdepan : menjadi bank syariah yang selalu unggul diantara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer*, *micro*, *MSE*, *commercial*, dan *corporate*. Bank Syariah Modern : Menjadi Bank Syariah dengan system layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

Misi Bank Syariah Mandiri:

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan ingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri

1. Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di

konter BSM atau melalui ATM. Fitur & Biaya:

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*
2. Bagi hasil yang kompetitif
3. *Online* di seluruh *outlet* BSM
4. Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit dan kartu potongan harga di *merchant* yang telah bekerjasama dengan BSM
5. Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking
6. Minimum setoran awal: Rp80.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (non-perorangan)
7. Minimum setoran berikutnya: Rp10.000
8. Saldo minimum: Rp50.000
9. Biaya tutup rekening: Rp20.000
10. Biaya administrasi Rp7.000
 - a. Syarat:
 1. Perorangan:
 - a. Warga Negara Indonesia : KTP/SIM/Paspor
 - b. Warga Negara Asing : Paspor dan Kartu Izin Menetap Sementara (KIM/KITAS).
 2. Non-Perorangan:

a. Badan Hukum:

1. Bukti diri/identitas pengurus berupa fotokopi KTP/KITAS/Paspor seluruh pengurus sesuai dengan Anggaran Dasar
2. Akte Pendirian/Anggaran Dasar dan Akta Perubahan
3. Surat keterangan domisili, SIUP/Ijin usaha dari instansi yang berwenang, TDP, NPWP
4. Surat penunjukkan khusus sebagai Kepala Cabang atau Kepala Bagian Keuangan/Bendaharawan dari suatu Perusahaan /Badan /Instansi jika diperlukan

b. Non Badan Hukum:

1. Bukti diri/identitas pengurus berupa fotokopi KTP/KITAS/Paspor seluruh pengurus sesuai dengan Anggaran Dasar
2. Akta Pendirian/Anggaran Dasar dan Akta Perubahan atau izin kegiatan atau tujuan perkumpulan/organisasi dari instansi yang berwenang
3. Surat Keterangan susunan pengurus perkumpulan/organisasi dan surat penunjukan bagi pihak-pihak yang berwenang mewakili perkumpulan/organisasi dalam melakukan hubungan dengan bank.

b. Manfaat:

1. Aman dan terjamin

2. Kemudahan bertransaksi di seluruh *outlet* BSM
3. Kemudahan bertransaksi di manapun saja dengan menggunakan layanan e-banking BSM
4. Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

2. BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

a. Fitur:

1. Berdasarkan prinsip syariah *mudharabah muthlaqah*.
2. Bagi hasil yang kompetiti
3. Periode tabungan 1 s.d. 10 tahun
4. Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 65 tahun saat jatuh tempo
5. Setoran bulanan minimal Rp100 ribu
6. Target dana minimal Rp1,2 juta dan maksimal Rp200 juta
7. Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah
8. Tidak dapat menerima setoran diluar setoran bulanan
9. Saldo tabungan tidak bisa ditarik, dan bila ditutup sebelum jatuh tempo (akhir biaya masa kontrak) akan dikenakan administrasi

b. Syarat:

1. Kartu identitas: KTP/SIM/Paspor nasabah
2. Memiliki rekening asal (*source account*) berbentuk Tabungan atau Giro di BSM

c. Manfaat:

1. Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang
2. Memperoleh jaminan pencapaian target dana
3. Mendapatkan perlindungan asuransi secara gratis dan otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan
4. Manfaat asuransi adalah sebesar kekurangan target dana dari setoran bulanan yang telah dibayarkan, sehingga manfaat asuransi dihitung dengan cara sbb.:

Manfaat asuransi = Target dana – Jumlah pembayaran setoran bulanan pada saat klaim jumlah pembayaran setoran bulanan pada saat klaim.

3. BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

a. Fitur & Biaya

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah*
2. Setoran awal minimal Rp20.000 (tanpa ATM) & Rp30.000 (dengan ATM)
3. Setoran berikutnya minimal Rp10.000
4. Saldo minimal Rp20.000
5. Biaya tutup rekening Rp10.000
6. Biaya administrasi Rp2.000 per rekening per bulan atau sebesar bonus bulanan (tidak memotong pokok)
7. Biaya pemeliharaan kartu ATM Rp2.000 per bulan

b. Syarat:

1. Kartu identitas: KTP/SIM/Paspor nasabah

c. Manfaat:

1. Aman dan terjamin
2. *Online* di seluruh *outlet* BSM
3. Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM
4. Fasilitas BSM Card, yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit dan kartu potongan harga di *merchant* yang telah bekerjasama dengan BSM
5. Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking
6. Penyaluran zakat, infaq dan sedekah

4. BSM Tabungan Investa Cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

a. Fitur:

1. Berdasarkan prinsip syariah *mudharabah muthlaqah*
2. Periode tabungan 1 s.d. 20 tahun
3. Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 60 tahun saat jatuh tempo
4. Setoran bulanan minimal Rp100.000 s.d. Rp10.000.000 dengan kelipatan Rp50.000
5. Bagi hasil yang kompetitif
6. Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah namun dapat dilakukan setoran tambahan diluar setoran bulanan

b. Syarat:

1. Kartu identitas: KTP/SIM/Paspor nasabah
 2. Memiliki Tabungan BSM sebagai rekening asal (*source account*).
- c. Manfaat:
1. Kemudahan perencanaan keuangan masa depan, khususnya untuk biaya pendidikan putra/putrid
 2. Mendapatkan perlindungan asuransi secara otomatis, tanpa melalui pemeriksaan kesehatan

Tabel 4.1

Seleksi Asuransi BSM Tabungan Investasi Cendekia

Jenis seleksi asuransi	Keterangan
<i>Free Cover / Automatik Cover</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setoran bulanan sampai dengan Rp. 2.000.000 2. Penabung secara otomatis mendapat perlindungan asuransi tanpa melalui pemeriksaan kesehatan
Non Medis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setoran bulanan diatas Rp. 2.000.000 sampai dengan Rp. 4.000.000. 2. Penabung wajib mengisi formulir pernyataan kesehatan calon Penabung kumpulan, yang tertera

	<p>pada formulir pembukaan BSM Tabungan Investa Cendekia.</p> <p>3. Penabung secara otomatis mendapat perlindungan asuransi tanpa melalui pemeriksaan kesehatan.</p>
Medis	<p>1. Setoran bulanan diatas Rp. 4.000.000 sampai dengan Rp. 10.000.000.</p> <p>2. Penabung wajib melakukan tes medis pada klinik /Rumah Sakit yang telah ditunjuk oleh perusahaan asuransi.</p> <p>3. Apabila pada saat proses tes medis Penabung dinyatakan gagal/tidak lolos, maka Penabung berhak melakukan pilihan setoran bulanan dengan maksimal setoran bulanan sebesar Rp. 4.000.000.</p>

Tabel 4.2

Ketentuan BSM Tabungan Investasi Cendekia

Kepesertaan/kondisi	Tahun I	Tahun II dan seterusnya
Meninggal dunia karena sakit (bukan karena kecelakaan)	<p>Santunan manfaat untuk nasabah dengan proses seleksi asuransi sbb :</p> <p>1. Proses seleksi kepesertaan asuransi <i>Free Cover / Automatic Cover dan Medis.</i></p> <p>Santunan manfaat sebesar 100 x setoran bulanan dan max. Rp.200.000.000.</p> <p>2. Proses seleksi kepesertaan asuransi <i>Non Medis</i> (sesudah tiga bulan kepesertaan) :</p> <p>Santunan manfaat</p>	<p>1. Santunan manfaat asuransi sebesar 100 x setoran bulanan dan pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani.</p> <p>2. Pembayaran sisa setoran bulanan dilakukan setiap bulan. Namun pembayaran tersebut dapat dilakukan di muka (<i>jump sump</i>) dan dikenakan biaya administrasi.</p>

	<p>sebesar 100 x setoran bulanan dan max. Rp. 200.000.000.</p>	
<p>Meninggal dunia / cacat tetap total karena kecelakaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Santunan manfaat asuransi sebesar 100 x setoran bulanan dan pembayaran sisa setoran bulanan unuk masa yang belum dijalani. 2. Pembayaran sisa setoran bulanan dilakukan setiap bulan. Namun pembayaran tersebut dapat dilakukan di muka (<i>jump sum</i>) dan dikenakan biaya administrasi 	

5. BSM Tabungan Dollar

Tabungan dalam mata uang dollar (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM

a. Fitur & Biaya:

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadi'ah yad dhamanah
2. Minimum setoran awal USD100
3. Saldo minimum USD100
4. Biaya administrasi maksimum USD0,5 dan dapat mengurangi saldo minimal
5. Biaya tutup rekening USD5

b. Syarat:

1. Kartu Identitas: (KTP/SIM/Paspor) nasabah
2. NPWP (jika ada).

c. Manfaat:

1. Dana (USD) aman dan tersedia setiap saat
2. Online di seluruh cabang BSM
3. Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM

6. BSM Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerjasama BSM dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.

a. Fitur

1. Dikelola dengan prinsip mudharabah mutlaqah
2. Bagi hasil bersaing

b. Manfaat

1. Membantu pengelolaan keuangan nasabah
2. Bagi hasil bersaing
3. Biaya administrasi ringan
4. Pembukaan rekening dapat dilakukan di seluruh jaringan BSM

c. Persyaratan

1. Pensiunan dan calon pensiunan Pegawai Negeri Sipil, Pejabat Negara, Hakim, TNI, Polri.

2. Penerima tunjangan yang dibayarkan oleh PT Taspen, yaitu: Veteran PKRI dan KNIP.
3. Fotokopi KTP/SIM
- d. Petunjuk memindahkan pembayaran pensiun melalui BSM
 1. Membuka Tabungan Pensiun BSM
 2. Membawa Tabungan Pensiun BSM beserta SK (Surat Keputusan) Pensiun ke kantor PT Taspen
 3. Mengisi formulir mutasi kantor bayar di PT Taspen

7. BSM Tabunganku

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

- a. Fitur & Biaya:
 1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadhi'ah yaddhamanah.
 2. Setoran awal pembukaan rekening minimum Rp20.000 (tanpa ATM) dan Rp80.000 (dengan ATM).
 3. Setoran tunai selanjutnya minimum Rp10.000.
 4. Saldo minimum rekening (setelah penarikan) adalah Rp20.000 (tanpa ATM) dan Rp50.000 (dengan ATM).
 5. Jumlah minimum penarikan di counter sebesar Rp100.000 kecuali pada saat penutupan rekening.
 6. Bebas biaya administrasi rekening.
 7. Biaya pemeliharaan Kartu TabunganKu Rp2.000 (bila ada).

8. Biaya penutupan rekening atas permintaan nasabah Rp20.000.
 9. Biaya ganti buku karena hilang/rusak atau sebab lainnya sebesar Rp0.
 10. Rekening *dormant* (tidak ada transaksi selama 6 bulan berturut-turut):
 - a. Biaya penalti Rp2.000 per bulan.
 - b. Apabila saldo rekening mencapai <Rp20.000, maka rekening akan ditutup oleh sistem dengan biaya penutupan rekening sebesar sisa saldo.
- b. Syarat:
1. Kartu Identitas: KTP/SIM/Paspor.
- c. Manfaat:
1. Aman dan terjamin
 2. *Online* di seluruh *outlet* BSM
 3. Bonus
 4. Fasilitas Kartu TabunganKu yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
 5. Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
 6. Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.
- d. Ketentuan:
1. Nasabah pemilik rekening TabunganKu adalah nasabah perorangan.
 2. Nasabah adalah Warga Negara Indonesia.
 3. Nasabah TabunganKu hanya dibenarkan memiliki 1 rekening di 1 Bank.
 4. Tidak dibenarkan mendapatkan fasilitas joint account "AND" atau "OR".
 5. Bila saldo \leq Rp20.000, maka rekening akan ditutup oleh sistem dengan biaya penutupan sebesar sisa saldo.

B. Uji Instrumen Angket

1. Uji Validitas

Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada nasabah bank syariah dengan menyebarkan 50 kuesioner yang berisi 14 pertanyaan dengan menggunakan skala ordinal. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, r hitung terlihat pada output *Cronbach Alpha* kolom *Correlated Item-Total Correlated* (Tabel), sedangkan untuk melihat r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Uji coba penelitian ini menggunakan jumlah sampel (n) = 50 dan besarnya df dapat dihitung $50-2=48$ dan Alfa= 0,05 didapat r tabel= 0,2787. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel, maka butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4.3

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

No Soal	Hasil Hitungan	Valid
1	0.312	Valid
2	0.332	Valid
3	0.387	Valid
4	0.357	Valid
5	0.439	Valid
6	0.619	Valid
7	0.642	Valid
8	0.566	Valid

9	0.500	Valid
10	0.533	Valid
11	0.392	Valid
12	0.494	Valid
13	0.537	Valid
14	0.532	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2014

Dari tabel rekapitulasi data uji validitas dapat dianalisis hasil uji validitas data tabel *productmoment* menunjukkan semua nomor soal pertanyaan valid, karena nilai r hitung $>$ $r_{tabel} / r(0,05, n-2) = 0,2787$

2. Uji Reliabilitas

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*, bila koefisien reliabilitas (r_{15}) $>$ 0,6. Berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.854	14

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2014

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai *alpha cronbach* diatas 0,6 yaitu 0,757 sehingga dapat dikatakan konsep pengukuran kuesioner adalah reliabel sehingga variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

C. Hasil Penelitian

a. Faktor Budaya

Tabel 4.5

Karena keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka nasabah menabung di bank syariah khususya pada produk tabungan syariah

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	13	26%
Setuju	24	48%
Cukup Setuju	8	16%
Kurang Setuju	4	10%
Sangat Kurang Setuju	1	2%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel diatas 13 responden menyatakan sangat setuju, 24 responden menyatakan setuju, 8 responden menyatakan cukup setuju, 4 responden menyatakan kurang setuju, dan 1 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang karena keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka nasabah menabung di bank syariah khususya pada produk tabungan syariah. Hal ini berarti bahwa nasabah bank syariah sebanyak lebih dari 52% merasa keputusan menabung untuk

produk tabungan syariah disebabkan oleh lingkungan keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka nasabah menabung di bank syariah khususnya pada produk tabungan syariah.

b. Faktor Sosial

Tabel 4.6

**Bank syariah didukung oleh para ustadz yang sangat dikenal publik
maka saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah**

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	14%
Setuju	14	28%
Cukup Setuju	20	40%
Kurang Setuju	9	18%
Sangat Kurang Setuju	0	0%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 7 responden menyatakan sangat setuju, 14 responden menyatakan setuju, 20 responden menyatakan cukup setuju, 9 responden menyatakan kurang setuju, dan 0 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang bank syariah didukung oleh para ustadz yang sangat dikenal publik maka nasabah mempercayakan untuk menabung di bank syariah. Hal ini berarti bahwa hanya sebagian nasabah bank syariah yang mempercayakan menabung di bank syariah karena bank syariah di dukung oleh para ustadz.

Tabel 4.7

Kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	10	2%
Setuju	17	34%
Cukup Setuju	14	28%
Kurang Setuju	7	14%
Sangat Kurang Setuju	2	4%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 10 responden menyatakan sangat setuju, 17 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan cukup setuju, 7 responden menyatakan kurang setuju, dan 2 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah. Hal ini berarti bahwa tidak semua nasabah dipengaruhi karena faktor kerabat yang telah menabung di bank syariah.

Tabel 4.8

Dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	15	30%
Setuju	12	24%

Cukup Setuju	10	20%
Kurang Setuju	8	16%
Sangat Kurang Setuju	4	8%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 15 responden menyatakan sangat setuju, 12 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan cukup setuju, 8 responden menyatakan kurang setuju, dan 4 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim. Hal ini berarti bahwa 30% nasabah menabung di bank syariah karena identik sebagai muslim.

c. Faktor Pribadi

Tabel 4.9

Nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat islam sehingga telah dianggap dewasa

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	10	20%
Setuju	26	52%%
Cukup Setuju	10	20%
Kurang Setuju	3	6%
Sangat Kurang Setuju	1	2%

Total	50%	100%
--------------	-----	------

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 10 responden menyatakan sangat setuju, 26 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan cukup setuju, 3 responden menyatakan kurang setuju, 1 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat islam sehingga telah dianggap dewasa. Hal ini berarti bahwa sebagian nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat islam sehingga telah dianggap dewasa sesuai dengan faktor usia.

Tabel 4.10

Pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	11	22%
Setuju	20	40%
Cukup Setuju	9	18%
Kurang Setuju	7	14%
Sangat Kurang Setuju	3	6%
Total	50%	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 11 responden menyatakan sangat setuju, 20 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan cukup setuju, 7 responden

menyatakan kurang setuju, 3 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil. Hal ini berarti bahwa tidak semua nasabah menabung di bank syariah karena faktor pekerjaan.

Tabel 4.11

Sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya meninggalkan mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	46%
Setuju	12	24%
Cukup Setuju	9	18%
Kurang Setuju	6	12%
Sangat Kurang Setuju	0	0%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 23 responden menyatakan sangat setuju, 12 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan cukup setuju, 6 responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya meninggalkan mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden meninggalkan mekanisme riba karena nasabah sebagai seorang muslim.

Tabel 4.12

Saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya dan keluarga saya

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	28%
Setuju	18	36%
Cukup Setuju	13	26%
Kurang Setuju	3	6%
Sangat Kurang Setuju	2	4%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner

Dari tabel di atas 14 responden menyatakan sangat setuju, 18 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan cukup setuju, 3 responden menyatakan kurang setuju, 2 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya dan keluarga saya. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden meyakini bahwa produk tabungan syariah sudah tepat untuk para responden.

d. Faktor Psikologi

Tabel 4.13

Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	22	44%
Setuju	9	18%
Cukup Setuju	14	28%
Kurang Setuju	5	10%
Sangat Kurang Setuju	0	0%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 22 responden menyatakan sangat setuju, 9 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan cukup setuju, 5 responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden termotivasi untuk menabung di bank syariah karena prinsip bagi hasil secara islami (non riba).

Tabel 4.14

Dengan menabung di bank syariah saya menjadi tenang karena produk tabungan syariah adalah produk halal

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	32%

Setuju	19	38%
Cukup Setuju	8	16%
Kurang Setuju	6	12%
Sangat Kurang Setuju	1	2%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 16 responden menyatakan sangat setuju, 19 responden menyatakan setuju, 8 responden menyatakan cukup setuju, 6 responden menyatakan kurang setuju, 1 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang dengan menabung di bank syariah saya menjadi tenang karena produk tabungan syariah adalah produk halal. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden merasa tenang menabung di bank syariah karena produk bank syariah adalah produk halal.

e. Faktor Pemasaran

Tabel 4.15

Produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	18%
Setuju	31	62%
Cukup Setuju	9	18%
Kurang Setuju	0	0%

Sangat Kurang Setuju	1	2%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 9 responden menyatakan sangat setuju, 31 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan cukup setuju, 0 responden menyatakan kurang setuju, 1 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden merasakan produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga nasabah tertarik untuk menabung di bank syariah.

Tabel 4.16

Pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	16%
Setuju	18	36%
Cukup Setuju	23	46%
Kurang Setuju	1	2%
Sangat Kurang Setuju	0	0%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 8 responden menyatakan sangat setuju, 18 responden menyatakan setuju, 23 responden menyatakan cukup setuju, 1 responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden mengakui bahwa pemasaran yang dilakukan pihak bank sudah baik.

Tabel 4.17

Promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	6	12%
Setuju	22	44%
Cukup Setuju	15	30%
Kurang Setuju	7	14%
Sangat Kurang Setuju	0	0%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel di atas 6 responden menyatakan sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan cukup setuju, 7 responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas

dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden merasakan promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan, sehingga nasabah menabung di bank syariah.

Tabel 4.18

Perhitungan bagi hasil yang jelas dan sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah

Alternatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	32%
Setuju	16	32%
Cukup Setuju	6	12%
Kurang Setuju	7	14%
Sangat Kurang Setuju	5	10%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner

Dari tabel di atas 16 responden menyatakan sangat setuju, 16 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan cukup setuju, 7 responden menyatakan kurang setuju, 5 responden menyatakan sangat kurang setuju tentang perhitungan bagi hasil yang jelas dan sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden merasakan perhitungan bagi hasil yang jelas dan sesuai dengan

kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah, sehingga nasabah percaya dan menabung di bank syariah.

D. Analisis Faktor

Setelah data diuji dan layak untuk diolah dengan metode statistik analisis faktor, maka selanjutnya adalah pembahasan mengenai hasil analisis faktor.

Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan antara sejumlah variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

1. Menentukan variabel yang akan dianalisis Dalam analisis faktor

Hal pertama yang harus dilakukan adalah menilai variabel mana yang layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya. Hal ini diukur dengan menggunakan statistik *Kaiser-Meyer Oklin (KMO) and Barlett's Test* dan uji *Anti-Image Matrics*. Apabila nilai $MSA > 0,5$ maka indikator tersebut layak untuk digunakan dalam analisis faktor dan sebaliknya jika nilai $MSA < 0,5$ maka indikator tersebut tidak layak. *Anti-image* menyediakan informasi ini untuk menyeleksi indikator mana yang layak. Dalam proses ini apabila ada lebih dari satu faktor yang tidak memenuhi nilai minimum MSA maka dikeluarkan indikator dengan nilai yang paling kecil dahulu. Setelah dilakukan pengujian dengan bantuan *software* SPSS, maka diperoleh hasil dari uji *KMO and Barlett's Test* seperti pada

Tabel 4.19

KMO and Barlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.755
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	245.657
Df	91
Sig.	.000

Tabel 4.20

Angka Measure of Sampling Adequacy (MSA) pada Anti- Image Matrics

NO.	Pernyataan	Nilai Validitas	Keterangan
1	Karena keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka nasabah menabung di bank syariah khususya pada produk tabungan syariah	0.647	Valid
2	Bank syariah didukung oleh para ustadz yang sangat dikenal publik maka saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah	0.675	Valid

3	Kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah	0.740	Valid
4	Dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim	0.784	Valid
5	Nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat islam sehingga telah dianggap dewasa	0.694	Valid
6	Pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil	0.836	Valid
7	Sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya meninggalkan mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah	0.790	Valid
8	Saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya	0.835	Valid

	dan keluarga saya		
9	Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah	0.852	Valid
10	Dengan menabung di bank syariah saya menjadi tenang karena produk tabungan syariah adalah produk halal	0.745	Valid
11	Produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah	0.702	Valid
12	Pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah	0.713	Valid
13	Promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan	0.788	Valid
14	Perhitungan bagi hasil yang jelas dan	0.828	Valid

sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah		
---	--	--

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS

Dalam penentuan variabel ini diperoleh bahwa variabel yang ada telah memenuhi persyaratan, yaitu $> 0,50$, sehingga variable masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut dalam analisis faktor.

2. *Estimasi Communalities*

Communalities adalah jumlah varian dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Ketentuan dalam *estimasi communalities* yaitu bahwa semakin besar *communalities* sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Berikut adalah tabel yang menunjukkan nilai *communalities* dari variabel-variabel yang diujikan di dalam penelitian ini :

Tabel 4.21

Communalities

NO.	Pernyataan	Extraction
1	Karena keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka nasabah menabung di bank syariah khususya pada produk tabungan syariah	0.782
2	Bank syariah didukung oleh para	0.746

	ustadz yang sangat dikenal publik maka saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah	
3	Kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah	0.690
4	Dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim	0.506
5	Nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat islam sehingga telah dianggap dewasa	0.874
6	Pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil	0.781
7	Sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya meninggalkan mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah	0.811
8	Saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah	0.739

	merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya dan keluarga saya	
9	Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah	0.616
10	Dengan menabung di bank syariah saya menjadi tenang karena produk tabungan syariah adalah produk halal	0.810
11	Produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah	0.533
12	Pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah	0.591
13	Promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari	0.677

	produk-produk yang ditawarkan	
14	Perhitungan bagi hasil yang jelas dan sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah	0.687

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS

Dari hasil nilai *communalities* di atas, akan disusun berdasarkan nilai yang terbesar lebih dahulu, agar lebih mudah mengetahui variabel mana yang lebih erat hubungannya dengan factor yang terbentuk.

1. Pada variabel nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat Islam sehingga telah dianggap dewasa nilai *communalitiesnya* 0,870, ini berarti sekitar 87,0% varians dari tabel ke-5 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
2. Pada variabel sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya meninggalkan mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah nilai *communalitiesnya* 0,811, ini berarti sekitar 81,16% varians dari tabel ke-7 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
3. Pada variabel dengan menabung di bank syariah saya menjadi tenang karena produk tabungan syariah adalah produk halal nilai *communalitiesnya* 0,810, ini berarti sekitar 81,0% varians dari tabel ke-10 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
4. Pada variabel karena keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka saya menabung di bank syariah khususnya pada produk tabungan syariah nilai

communalitiesnya 0,782, ini berarti sekitar 78,2% varians dari tabel ke-1 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

5. Pada variabel pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil nilai *communalitiesnya* 0,781, ini berarti sekitar 78,1% varians dari tabel ke-6 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
6. Pada variabel bank syariah didukung oleh para ustadz yang sangat dikenal publik maka saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah nilai *communalitiesnya* 0,746, ini berarti sekitar 74,6% varians dari tabel ke-2 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
7. Pada variabel saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya dan keluarga saya nilai *communalitiesnya* 0,739 ini berarti sekitar 73,9% varians dari tabel ke-8 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
8. Pada variabel kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah nilai *communalitiesnya* 0,690, ini berarti sekitar 69,0% varians dari tabel ke-3 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
9. Pada variabel perhitungan bagi hasil yang jelas dan sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah nilai *communalitiesnya* 0,687, ini berarti sekitar 68,7% varians dari tabel ke-14 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

10. Pada variabel promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan nilai *communalitiesnya* 0,677, ini berarti sekitar 67,7% varians dari tabel ke-13 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
11. Pada variabel dengan prinsip bagi hasil secara Islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah nilai *communalitiesnya* 0,616, ini berarti sekitar 61,6% varians dari tabel ke-9 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
12. Pada variabel pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah nilai *communalitiesnya* 0,591, ini berarti sekitar 59,1% varians dari tabel ke-12 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
13. Pada variabel produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah nilai *communalitiesnya* 0,591, ini berarti sekitar 59,1% varians dari tabel ke-11 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
14. Pada variabel dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim nilai *communalitiesnya* 0,506, ini berarti sekitar 50,6% varians dari tabel ke-4 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

3. Penentuan Jumlah Faktor

Proses selanjutnya dari analisis faktor adalah melakukan ekstraksi. Ekstraksi dilakukan terhadap sekumpulan variabel yang ada dan telah melalui pengujian seperti yang telah dilakukan dalam pemilihan variabel yang telah

dibahas sebelumnya. Dalam penelitian ini penentuan jumlah faktor didasarkan pada nilai *eigenvalue* dengan kriteria bahwa angka *eigenvalue* < 1 tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk. Untuk menentukan jumlah faktor tersebut dapat dilihat pada tabel *Total Variance Explained* dari program SPSS.

Tabel 4.21
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.979	35.563	35.563	4.979	35.563	35.563
2	1.526	10.898	46.461	1.526	10.898	46.461
3	1.211	8.649	55.110	1.211	8.649	55.110
4	1.093	7.808	62.918	1.093	7.808	62.918
5	1.033	7.376	70.293	1.033	7.376	70.293
6	.833	5.947	76.240			
7	.791	5.649	81.889			
8	.574	4.099	85.988			
9	.486	3.471	89.459			
10	.435	3.105	92.564			
11	.332	2.374	94.938			

12	.270	1.930	96.868		
13	.245	1.750	98.619		
14	.193	1.381	100.000		

Pada tabel 4.22 *Total Variance Explained*, terlihat bahwa terdapat 5 (lima) faktor yang terbentuk dari 14 variabel yang ada. Hal ini diketahui dengan pembentukan jumlah faktor dalam analisis faktor jika *eigenvalue* <1, sehingga proses *factoring* berhenti pada (5) lima faktor saja. Jadi hasil reduksi 14 variabel yang ada diperoleh 5 (lima) faktor. Hasil *output* pada tabel *Total Variance Explained* terlihat bahwa nilai *varians* faktor pertama 35,563%, faktor kedua 10,898%, faktor ketiga 8,649%, faktor keempat 7,808, faktor kelima 7,376. kelima faktor tersebut dapat menjelaskan 70,294% variabilitas 14 faktor tersebut.

4. Pembentukan Faktor

Setelah dilakukan ekstraksi, maka akan terbentuk satu atau beberapa faktor yang berisi sejumlah variabel. Proses rotasi dilakukan untuk mempermudah penempatan variabel yang ada ke faktor yang terbentuk. Dalam penelitian ini, rotasi menggunakan metode *Varimax* (bagian dari *Orthogonal*). Setelah terbentuk faktor, maka tahap selanjutnya adalah menginterpretasikan faktor yang terbentuk. Dalam penelitian ini akan dilakukan interpretasi terhadap tiga faktor yang terbentuk. Tiga faktor ini terbentuk dari mereduksi variabel indikator yang dianggap berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri (BSM) Interpretasi ini didasarkan

pada nilai *loading* menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, dan faktor 3 . Dalam penelitian ini maka harus dilakukan rotasi faktor. Rotasi faktor ini bertujuan untuk mendapatkan tampilan data yang jelas dari nilai *loading* untuk masing-masing variabel pada faktor yang ada. Nilai *loading* untuk masing-masing variabel terhadap faktor dapat dilihat pada tabel *Rotated Component Matrix* yang diolah melalui *software* SPSS berikut ini.

Tabel 4.23

Rotated Componen Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
VAR00001	.396	.662	.274	.079	.325
VAR00002	.471	.689	.040	.195	-.097
VAR00003	.518	.455	.105	-.419	-.167
VAR00004	.440	-.291	.436	.145	-.126
VAR00005	.562	-.169	.106	-.404	.597
VAR00006	.731	-.213	-.091	-.018	.438
VAR00007	.787	.078	-.347	-.254	-.020
VAR00008	.722	.049	-.381	.036	-.261
VAR00009	.611	.070	-.335	.340	-.101

VAR00010	.666	-.177	-.192	.523	.157
VAR00011	.458	-.191	.395	.351	.085
VAR00012	.541	-.028	.492	.048	-.231
VAR00013	.613	-.215	.277	-.237	-.349
VAR00014	.673	-.344	-.153	-.229	-.200

Berikut adalah hasil dari faktor yang kemudian diperoleh beberapa variabel yang mendominasi masing-masing faktor dengan hasil sebagai berikut :

- a. Faktor pertama, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 4,979 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 35.563% :
 1. Kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,518, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
 2. Dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,440, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
 3. Pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank

syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,731, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.

4. Sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya meninggalkan mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,787, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
5. Saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya dan keluarga saya. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,722, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
6. Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,611, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
7. Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,666, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
8. Produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,458, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.

9. Pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,541, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
 10. Promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,613, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1
 11. Perhitungan bagi hasil yang jelas dan sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,673, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1
- b. Faktor kedua, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 1,526 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 10,898% :
1. Karena keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka nasabah menabung di bank syariah khususnya pada produk tabungan syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2, yaitu 0,662, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2
 2. Bank syariah didukung oleh para ustadz yang sangat dikenal publik

maka saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2, yaitu 0,689, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.

c. Faktor ketiga, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 2,121 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 8,649%

1. Nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat islam sehingga telah dianggap dewasa. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 5, yaitu 0,597, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 3

5. Penamaan Faktor

Setelah mendapatkan 3 (tiga) faktor yang terbentuk dari 14 (empat belas) variabel, langkah berikutnya adalah memberi nama pada tiga faktor tersebut. Penamaan faktor ini tergantung pada nama-nama faktor yang menjadi atau mendominasi pada suatu kelompok faktor tersebut. Pada penelitian ini,

faktor pertama terdiri dari, Kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah, Dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim, Pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil, Sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya meninggalkan mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah, Saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya

dan keluarga saya, Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah, Dengan menabung di bank syariah saya menjadi tenang karena produk tabungan syariah adalah produk halal, Produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan, nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah, Pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah , Promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan, Promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan, dinamakan faktor pribadi, faktor pemasaran, dan faktor sosial.

Faktor kedua terdiri dari, keputusan menabung untuk produk tabungan syariah disebabkan oleh lingkungan keluarga, karena keluarga dari lingkungan organisasi islam maka saya menabung di bank syariah khususya pada produk tabungan syariah, bank syariah didukung oleh para ustadz yang sangat dikenal publik maka saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah, faktor ini dinamakan faktor budaya dan faktor sosial.

Faktor ketiga terdiri dari, Dengan menabung di bank syariah saya menjadi tenang karena produk tabungan syariah adalah produk halal, faktor ini dinamakan faktor psikologi.

6. Interpretasi Hasil

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri unit kampus Universitas muhammadiyah Makassar adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, dan faktor pemasaran, dengan hasil olah data kuesioner secara menyeluruh antara nasabah Bank Negara Indonesia Bank Syariah Mandiri (BSM)

E. Hasil Observasi

Bank Syariah Mandiri Cabang makassar

Hari/Tanggal : senin 30 Juli 2018

Tempat/lokasi : Bank Syariah Unit kampus Muhammadiyah makassar

Waktu : 10.00-13.00 WIB

NO.	Objek yang diamati	Skor			
		1	2	3	4
1	<p>Pelayanan <i>scurity</i> (satpam)</p> <p>a. Membukakan pintu masuk bagi nasabah</p> <p>b. Memberikan 3 S (senyum, salam, sapa) bagi Nasabah</p> <p>c. Memberikan pelayanan kepada nasabah</p> <p>d. Memberikan nomer antrian kepada nasabah</p> <p>e. Membukakan pintu keluar untu nasabah</p>				<p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p>
2	<p>Pelayanan <i>Teller</i></p> <p>a. Memanggil nomer urutan bagi nasabah</p>				<p>√</p>

	<p>b. Memberikan 3 S (senyum, salam, sapa) bagi nasabah</p> <p>c. Memberikan pelayanan bagi nasabah</p>			√	√
3.	<p>Pelayanan <i>Costumer Service</i></p> <p>a. Memanggil nomer urutan bagi nasabah</p> <p>b. Memberikan 3 S (senyum, salam, sapa) bagi nasabah</p> <p>c. Memberikan pelayanan bagi nasabah</p>			√	√
4	<p>Pelayanan <i>Cleaning Service</i></p> <p>a. Membersihkan ruangan bank bila sekiranya sudah mulai kotor</p> <p>b. Membantu satpam memberikan nomer antrian bagi nasabah apabila nasabah sedang banyak</p>		√	√	
5	<p>Lokasi Bank</p> <p>a. Lokasi bank sangat strategis karena berada di dekat kampus</p> <p>b. Lokasi bank mudah di jangkau karena banyak dilalui kendaraan seperti angkot, kopaja, taksi, dan ojek.</p>			√	√
6.	<p>Daya tarik bangunan</p> <p>Dekorasi bank indah, rapi, dan menarik dengan konsep minimalis modern</p>				√
7.	<p>Fasilitas</p> <p>a. Ruang tunggu yang nyaman karena dilengkapi</p>				√

	<p>tempat duduk, sehingga sambil menunggu nomer antrian nasabah bisa duduk terlebih dahulu.</p> <p>b. Dilengkapi TV sehingga sambil menunggu nomer antrian nasabah bisa menonton TV yang dipasang di depan tempat duduk nasabah.</p> <p>c. Dilengkapi AC agar nasabah merasa nyaman saat menunggu nomer antrian.</p> <p>d. ATM tersebar di daerah-daerah strategis seperti di pusat perbelanjaan, rumah sakit, institusi pendidikan seperti universitas, dll.</p> <p>e. ATM center juga dilengkapi CCTV agar nasabah merasa aman saat bertransaksi</p>				<p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p>
--	--	--	--	--	-------------------------------------

Keterangan :

Skor 4 : Jika lebih ≥ 75 % memenuhi

Skor 3 : Jika $50\% \leq X < 75\%$ memenuhi

Skor 2 : jika $25\% \leq X < 50\%$ memenuhi

Skor 1 : Jika < 25 % memenuhi

Sesuai dengan yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa observasi dalam penelitian ini menggunakan metode observasi nonpartisipan dan observasi terstruktur sesuai dengan kebutuhan penelitian peneliti tidak terlibat, hanya sebagai pengamat independen dan telah menyiapkan daftar pernyataan untuk responden.

Dari data observasi yang dilakukan oleh peneliti tentang pelayanan dan objek fisik Bank Syariah Mandiri dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelayanan dari *security* atau satpam dapat dikatakan sudah sangat baik, satpam sudah sangat ramah dan tanggap dalam memberikan pelayanan sehingga ketika nasabah datang satpam langsung menyapa dan melayani kebutuhan nasabah.
2. Pelayanan dari *Teller* sudah baik dan mengerti akan kebutuhan nasabah saat bertransaksi, hanya saja dalam kondisi nasabah yang sedang banyak, *teller* hanya satu sehingga nasabah terlalu lama menunggu antrian.
3. Pelayanan dari *Coustemer Service* juga sudah baik dan ramah dapat membuat dan mempertahankan kepercayaan nasabah saat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri unit kampus universitas muhammadiyah Makassar.
4. Pelayanan dari *Cleaning Service* sudah baik, karena ruangan dan isinya terlihat rapih, bersih dan indah sehingga memberikan rasa nyaman bagi nasabah.
5. Lokasi dari Bank Syariah Mandiri Unit kampus Universitas muhammadiyah Makassar mudah dijangkau karena berada di area Kampus Universitas muhammadiyah Makassar Makassar jl Sultan Alauddin no.256
6. Dekorasi Bank Syariah Mandiri Universitas muhammadiyah Makassar menarik karena ruangan tertata rapih dan terdapat vas bunga yang menambah indah ruangan.
7. Fasilitas dari Bank Syariah Mandiri Universitas muhammadiyah Makassar juga sudah baik karena tempat duduknya banyak sehingga tidak banyak

nasabah yang berdiri saat menunggu transaksi, terdapat juga AC dan TV yang menambah rasa nyaman bagi nasabah yang sedang bertansaksi, Untuk layanan ATM memuaskan karena jaringan ATM mudah ditemui seperti di pusat perbelanjaan, rumah sakit, pom bensin, area pendidikan dan area lainnya.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian di atas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Setelah dilakukan olah data dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut : Faktor pertama terdiri dari faktor pribadi, faktor pemasaran, dan faktor sosial. Faktor kedua terdiri dari faktor budaya dan sosial, dan faktor ketiga yaitu faktor psikologi

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis diperoleh hasil yang paling dominan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yaitu dari faktor internal yang terdiri dari faktor pribadi dan psikologi. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Gery Amstrong yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat dilihat dari faktor internal yaitu faktor pribadi yang terdiri dari usia, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

Faktor Budaya, faktor Sosial, dan faktor pemasaran dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa adanya faktor eksternal yang mempengaruhi individu dalam pengambilan sebuah keputusan. Faktor eksternal ini terdiri dari faktor sosial dan budaya. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Gery Amstrong yaitu faktor budaya dan sosial merupakan faktor eksternal dimana faktor-faktor yang berasal dari lingkungan eksternal individu yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status sedangkan faktor budaya terdiri dari budaya meliputi, sub budaya dan kelas sosial, yang dapat mempengaruhi individu dalam mengambil sebuah keputusan. Begitu pula Faktor pemasaran, dimana promosi yang dilakukan oleh pihak bank serta produk-produk yang ditawarkan yang menarik, beragam dan inovatif dapat menarik minat calon nasabah untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Badai Arif yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk dan jasa perbankan syariah yaitu adanya dorongan dari pihak luar (faktor promosi, dorongan, dan asosiasi).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan uraian teori, pengolahan data, dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tiga faktor utama yang terbentuk dari empat belas variabel yang dianalisis dalam penelitian ini. Faktor tersebut adalah :

a. Faktor pertama terdiri dari faktor pribadi, faktor pemasaran, dan faktor sosial.

Faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 4,979 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 35.563% :

1. Kerabat saya telah menabung di bank syariah sehingga saya tertarik dan memutuskan untuk menabung di bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,518, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
2. Dengan menabung di bank syariah maka saya identik sebagai muslim. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,440, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
3. Pekerjaan saya mengharuskan saya untuk menabung di bank syariah karena bank menetapkan prinsip bagi hasil. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,731, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
4. Sebagai seorang muslim sudah seharusnya saya meninggalkan

mekanisme riba dan menjadi nasabah bank syariah. Karena variable ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,787, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.

5. Saya memiliki keyakinan yang sangat besar bahwa produk tabungan syariah merupakan produk tabungan yang sangat tepat bagi saya dan keluarga saya. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,722, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
6. Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,611, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
7. Dengan prinsip bagi hasil secara islami (non riba) maka saya termotivasi untuk menabung di bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,666, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
8. Produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga saya tertarik untuk menabung di bank syariah Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,458, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
9. Pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank sangat bagus sehingga saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,541, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.

10. Promosi yang dilakukan pihak bank sangat menarik dan meyakinkan, publikasi jelas dan memberitahukan kelebihan dari produk-produk yang ditawarkan. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,613, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1
11. Perhitungan bagi hasil yang jelas dan sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak bank syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,673, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1
- b. Faktor kedua terdiri dari faktor budaya dan sosial. Faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 1,526 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 10,898% :
1. Karena keluarga dari lingkungan organisasi Islam maka nasabah menabung di bank syariah khususnya pada produk tabungan syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2, yaitu 0,662, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2
 2. Bank syariah didukung oleh para ustadz yang sangat dikenal publik maka saya mempercayakan untuk menabung di bank syariah Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2, yaitu 0,689, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.
- c. Faktor ketiga terdiri dari fakto psikologi. Faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 2,121 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 8,649%

1. Nasabah pada bank syariah merupakan nasabah yang telah memahami syariat islam sehingga telah dianggap dewasa. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 5, yaitu 0,597, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 3

B. Saran

Berdasarkan uraian teori, pengolahan data, pembahasan pada bab sebelumnya, dan dari kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak Bank Mandiri Syariah diharapkan mampu mengelolah data dan memberikan pelayanan terbaik terhadap setiap produk yang tersedia.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi untuk meningkatkan atau meminimalisir faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk bank mandiri syariah
3. Bagi Masyarakat, sebagai sumber informasi untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk bank yang akan dipilih.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayoe Niken Pratiwi. 2010. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim Untuk menggunakan bank syariah (studi kasus di kota surakarta). (Online), (diakses 30 November 2017).
- Afrana Arifah. 2016. Pengaruh nilai taksiran dan biaya ijarah terhadap keputusan nasabah melakukan gadai emas di pegadaian syariah cabang Abdullah DG. Sirua Makassar. (Online). (14 Februari 2018).
- Eprint.polsri.ac.id diunduh pada tanggal 15 februari 2018 pukul 07:20 AM
- Etta, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : C.V Andi Offset,
- Kotler, P. Dan G, Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasarn 2. Edisi Keduabelas*. Erlangga. Jakarta.
- Mangkunegara Prabu DR. A.A. Anwar, 2012, *Perilaku Konsumen*, Bandung : PT Refika Aditama.
- Muhamad, 2014, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Mursalina Desi. 2017. Pengaruh pelayanan, produk tabungan dan bagi hasil terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan produktif investasi IB bank Sulsel babel syariah kantor cabang Palembang. (Online). (20 Januari 2018)
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City
- Sugiyono Prof. Dr. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : CV, Alfabeta.
- Suryani, Tatik *Perilaku konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008.
- Wijaya Indriyanintyas Rara. 2018. Analisis factor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah mandiri cabang medan, (Online). (14 Februari 2018)
- Yayan Fauzi. (2010). factor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di perbankan Syariah (kasus pada Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta). (Online). ((30 November 2017)

Yeyen Fitriani. 2015. analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Pengambilan keputusan nasabah memilih bank syariah Di kecamatan ciputat”, Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (Online). (30 November 2017)



Communalities

	Initial	Extraction
VAR00001	1.000	.782
VAR00002	1.000	.746
VAR00003	1.000	.690
VAR00004	1.000	.506
VAR00005	1.000	.874
VAR00006	1.000	.781
VAR00007	1.000	.811
VAR00008	1.000	.739
VAR00009	1.000	.616
VAR00010	1.000	.810
VAR00011	1.000	.533
VAR00012	1.000	.591
VAR00013	1.000	.677
VAR00014	1.000	.687

Extraction Method: Principal Component Analysis.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	48.8000	98.408	.312	.398	.749
VAR00002	49.3000	98.173	.332	.475	.748
VAR00003	49.1600	95.811	.387	.428	.743
VAR00004	48.5800	63.351	.357	.256	.854
VAR00005	48.8600	96.735	.439	.514	.742
VAR00006	49.1000	90.255	.619	.597	.724
VAR00007	48.6400	91.051	.642	.695	.724
VAR00008	48.9000	92.663	.566	.574	.730
VAR00009	48.7200	93.798	.500	.426	.735
VAR00010	48.8200	93.130	.533	.591	.732
VAR00011	48.7400	98.972	.392	.323	.747
VAR00012	49.0200	97.163	.494	.375	.741

VAR00013	49.1400	95.225	.537	.459	.736
VAR00014	49.0600	89.976	.532	.535	.728





Kaderia lahir di Bulu-Bulu'e kabupaten Bone pada tanggal 14 April 1996 dari pasangan suami istri Bapak Bakri dan Ibu Hawaniah. Peneliti adalah anak pertama dari dua bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Bulu-bulu'e Desa Mario Kec. Libureng Kab. Bone.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 185 Mario pada tahun 2008, SMPN 2 Libureng lulus pada tahun 2011, SMAN 15 Makassar lulus pada tahun 2014. Dan mulai mengikuti program S1 manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Tahun 2018 tepatnya bulan September penulis melanjutkan studi di Ma'had Al-Biir jurusan Bahasa Arab sampai sekarang.

