

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MUSLIM UNTUK MEMILIH BANK KONVENSIONAL
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM UIN SUNAN KALIJAGA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

AHMAD YOPI SUMARA

NIM. 13820090

PEMBIMBING:

Drs. AKHMAD YUSUF KHOIRUDDIN, S.E., M.Si.

NIP. 19661119 199203 1 002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : B-1906/Un.02/DEB/PP.05.3/05/2017

Tugas akhir dengan judul : “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UTN Sunan Kalijaga)”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ahmad Yopi Sumara

NIM : 13820090

Telah dimunaqasyahkan pada : 19 April 2017

Nilai Munaqasyah : A/B

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si

NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I

Joko Setyono, S.E., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji II

Ibi Satibi, S.H.I., M.Si.

NIP. 199770910 200901 1 011

Yogyakarta, 02 Mei 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan,



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.

NIP. 19670518 199703 1 003



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Ahmad Yopi Sumara

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ahmad Yopi Sumara

NIM : 13820090

Judul Skripsi : "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)"

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

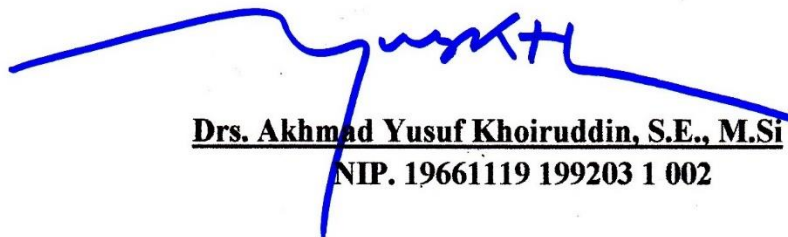
Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Rajab 1438 H

4 April 2017 M

Pembimbing



Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si
NIP. 19661119 199203 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Yopi Sumara

NIM : 13820090

Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Rajab 1438 H
4 April 2017 M

Penyusun,




Ahmad Yopi Sumara
NIM. 13820090

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai *civitas* akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Yopi Sumara
NIM : 13820090
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti
Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang
berjudul:

**“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim
Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)”**

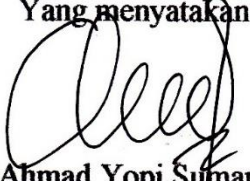
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih
media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat,
dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal : 4 April 2017

Yang menyatakan


(Ahmad Yopi Sumara)

MOTTO

***“Anytime you see someone more successful than you are, they are
doing something you’re not.” (Malcolm X)***

**“Bermimpilah Setinggi Langit, Jika Engkau Jatuh, Engkau Akan
Jatuh di Antara Bintang” (Ir. Soekarno)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Orang tua saya Bapak Supa'at dan Ibu Mariani, terimakasih

atas semua do'a, curahan kasih sayang, dukungan moral maupun finansial, serta pengorbanan yang tiada tara, hanya untaian doa dan ucap syukur yang bisa putramu panjatkan kepada Allah SWT. semoga terjaga selalu dalam kebahagiaan, kesehatan dan keselamatan Bapak dan Ibu di dunia maupun di akhirat. Beribu-ribu kata maaf juga tak lupa disampaikan atas segala kesalahan sikap, tingkah laku serta tutur kata yang putramu lakukan selama ini.

Kedua adik tercinta Agestiya Maharani dan Alwi Hamzah, terima kasih telah membantu dengan doa dan semangat.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya sehingga Penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Strata Satu 1 Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Proses penyusunan dan hingga selesainya tugas akhir ini tentunya tidak terlepas dari pertolongan Allah SWT. Penulis juga menyadari penyusunan tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, antara lain kepada:

- 1) Bapak Prof. Drs. KH Yudian Wayudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- 2) Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- 3) Bapak Joko Setyono, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- 4) Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penelitian skripsi ini.
- 5) Kedua Orang Tua Penyusun yaitu Bapak Supa'at, S.Sos dan Dra. Mariani M, kedua adik saya Agestiya Maharani dan Alwi Hamzah yang telah menjadi inspirasi dan motivasi Penyusun untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

- 6) Segenap keluarga besar civitas akademika UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan kepada Penyusun.
- 7) Sahabat/i PMII Rayon Ekuilibrium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terutama Korp Maestro yang telah bersama-sama berproses mengembangkan diri menjadi pribadi yang lebih baik.
- 8) Teman-Teman seperjuangan di kelas Perbankan Syariah C Angkatan 2013 Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- 9) Serta seluruh teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2013 Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak membantu Penyusun.
- 10) Sahabat-sahabat terbaik Angga, Esa, Denny, Osy, Prabu, Talopo dan Taufik yang selalu menghibur dan selalu berbagi cerita di kampung halaman tercinta.
- 11) Sahabat-sahabat Kontrakan Kotes 109 (Aufa, Aufar, Bimo, Dody, Fatur, Ferry, Ismail, Mario, Riesdy dan Rifan) dan Kontrakan Semut (Anis, Ayu, Nisa, Sasa, Uswa, Suci, Valin,) yang telah berjuang bersama-sama selama 4 tahun terakhir ini, yang selalu bersama-sama dan juga telah mendukung serta memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
- 12) Sahabat-sahabat Iqbal, Meili, Yudho dan duo teknisi andalan Gerry dan Madhan, tanpa kalian laptop Penyusun tidak akan seoptimal ini.

Yogyakarta, 4 April 2017



AHMAD YOPI SUMARA

NIM. 13820090

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin ini merujuk pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, tertanggal 22 Januari 1988 no: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Ṡā'	ṡ	Es titik atas
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	ḥ	ha titik dibawah
خ	Khā'	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet titik diatas
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sād	ṣ	Es titik dibawah
ض	Dād	ḍ	de titik di bawah
ط	Tā'	ṭ	Te titik dibawah
ظ	Zā'	ẓ	Zet titik dibawah
ع	'Ayn		Koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi

ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap:

متعقدين	Ditulis	<i>muta'agqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbutah* diakhir kata.

1. Bila dimatikan ditulis, h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Zisyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya)

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t :

نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-ḥitri</i>

D. Vokal pendek

___ fathah ditulis a contoh	ضرب	ditulis	<i>Daraba</i>
___ kasrah ditulis i contoh	فهم	ditulis	<i>Fahima</i>
___ dammah ditulis u contoh	كتب	ditulis	<i>Kutiba</i>

E. Vokal panjang

<i>Fathah+alif, ditulis ā (garis di atas)</i>	جاهلية	ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
<i>Fathah+alif maqsūr ditulis ā (garis di atas)</i>	يسعا	ditulis	<i>yas'ā</i>
<i>Kasrah+ya mati ditulis ī (garis diatas)</i>	مجيد	ditulis	<i>Majīd</i>
<i>Dammah+wau mati ditulis ū (garis diatas)</i>	فوضى		<i>Furūd</i>

F. Vokal rangkap

<i>Fathah+yā mati, ditulis ai</i>	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
<i>Fathah+wau mati, ditulis au</i>	قول	ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

النتم	ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'insyakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis-al

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggandengkan huruf syamsiyyah yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l-nya

الشمس	Ditulis	<i>as-syams</i>
السماء	Ditulis	<i>as-samā</i>

I. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

J. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRACT	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori	14
1. Perilaku Konsumen	16
a. Pengertian Perilaku Konsumen	16
b. Model Perilaku Konsumen	16
2. Keluarga	19
a. Pengertian dan Pengelompokan Keluarga	19
b. Keputusan Pembelian Keluarga	21
3. Kelompok Referensi	22
a. Pengertian Kelompok Referensi	22
b. Jenis-Jenis Kelompok Referensi	24
c. Tiga Macam Pengaruh Kelompok Referensi	26
4. Kualitas Produk	27
a. Pengertian Kualitas Produk	27
b. Klasifikasi Produk	28
c. Dimensi Kualitas	28
5. Keputusan Pembelian Konsumen	31
a. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	31
b. Empat Macam Perspektif Model Manusia	32
c. Langkah-Langkah Keputusan Konsumen	34
6. Pandangan Ekonomi Islam	36
C. Kerangka Pemikiran	41

D. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Populasi dan Sampel Penelitian	46
C. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	48
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	49
1. Variabel Dependen	49
2. Variabel Independen	49
a. Keluarga (X ₁)	50
b. Kelompok Referensi (X ₂)	50
c. Kualitas Produk (X ₃)	50
E. Metode Analisis	52
1. Analisis Statistik Deskriptif	52
2. Analisis Kuantitatif	52
a. Uji Kualitas Data	52
1) Uji Validitas	52
2) Uji Reliabilitas	53
b. Uji Asumsi Klasik	53
1) Uji Normalitas	53
2) Uji Multikolinearitas	53
3) Uji Heteroskedastisitas	54
c. Uji Hipotesis	55
1) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	55
2) Koefisiensi Determinasi (R ²)	55
3) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	56
4) Analisis Regresi Linear Berganda	56
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	58
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	58
2. Visi dan Misi	61
a. Visi	61
b. Misi	61
B. Analisis Deskriptif Profil Responden	62
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	63
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	64
4. Analisis Data Statistik Deskriptif	65
5. Penyebaran Jawaban Responden Berdasarkan Variabel	67
a. Variabel Keluarga	67
b. Variabel Kelompok Referensi	69
c. Variabel Kualitas Produk	71
d. Variabel Keputusan Memilih	73
C. Analisis Kuantitatif	75
1. Uji Kualitas Data.....	75
a. Uji Validitas	75
b. Uji Reliabilitas	76

2. Uji Asumsi Klasik	77
a. Uji Normalitas	77
b. Uji Multikolinearitas	78
c. Uji Heteroskedastisitas	79
3. Uji Hipotesis	80
a. Uji Statistik Simultan (Uji Statistik F)	80
b. Koefisien Determinasi (R^2)	82
c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	82
d. Analisis Regresi Linear Berganda	85
4. Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Implikasi	99
C. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	xxii

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Umur	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	64
Tabel 4.4 Data Statistik Variabel	65
Tabel 4.5 Persentase Jawaban Keluarga	67
Tabel 4.6 Persentase Jawaban Kelompok Referensi.....	69
Tabel 4.7 Persentase Jawaban Kualitas Produk	71
Tabel 4.8 Persentase Jawaban Keputusan Memilih	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.14 Hasil Uji ANOVA atau F Test.....	81
Tabel 4.15 Uji Koefisiensi Determinan (R^2).....	82
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Uji t)	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Model Pengambilan Keputusan Konsumen	18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	xxii
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian	xxv
Lampiran 3: Data Kuisisioner	xxvi
Lampiran 4: Hasil Olah Data SPSS	xxix
Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian	xxxvii
Lampiran 6: Curriculum Vitae	xl



ABSTRACT

The study of the decision to choose a bank is essentially influenced by many factors. Families, reference groups, and product quality in this case are important factors that influence a person in deciding which bank he will use. Banks have become financial institutions that can not be separated from the community. The customer becomes an important element for a bank, because without the customer, the bank's operational activities will not run smoothly. The customer is also a source of funding for the bank. Banks will compete to compete to reach as many customers as possible. Dual banking system that is syariah bank and conventional bank that exist in Indonesia give more choice for customers to choose bank according to their respective requirement. In this context students as clients have the right to decide what bank they will use. In the decision making process to select a bank by the customer allegedly influenced by family, reference group, and product quality.

This study is an empirical study that aims to determine the influence of family, reference groups and product quality on the decision of Muslim customers to choose a conventional bank. The object of research used in this study is the students of the Faculty of Economics and Islamic Business with the number of samples of 100 students. This research uses quantitative analysis method with multiple linear regression test and hypothesis testing with the help of SPSS 19.

Result of partial hypothesis test (t test) got that family variable (X_1) has t_{count} (3,599) bigger than t_{table} (1,97) with significance level equal to 0,001 less than 0,05 with coefficient value 0,207. The reference group variable (X_2) has a t_{count} value of (1.733) which is smaller than t_{table} (1.97) with a probability significance level of 0.086 with a coefficient value of 0.109. Product quality variable (X_3) has a t_{count} of (4,883) which is bigger than t_{table} (1.97) with significance level 0.000 with coefficient value 0,307. From the results of statistical test data above is known that the family variable and product quality proved to have a positive and significant impact on the decision of Muslim customers to choose a conventional bank while reference group variable proved not to have an effect.

Keywords: Family, Reference Group, Product Quality, Bank Choosing Decision, Muslim Customer, Student Faculty of Economics and Islamic Business, Conventional Bank.

ABSTRAK

Studi mengenai keputusan memilih bank pada hakikatnya dipengaruhi oleh banyak faktor. Keluarga, kelompok referensi, dan kualitas produk dalam hal ini menjadi faktor penting yang mempengaruhi seseorang dalam memutuskan bank yang akan dia gunakan. Bank sudah menjadi lembaga keuangan yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat. Nasabah menjadi unsur penting untuk sebuah bank, karena tanpa adanya nasabah, kegiatan operasional bank tidak akan berjalan dengan lancar. Nasabah menjadi penting karena juga menjadi sumber pendanaan bagi bank. Tentu saja bank akan berlomba-lomba bersaing untuk meraih jumlah nasabah sebanyak-banyaknya. Dual sistem perbankan yaitu bank syariah dan bank konvensional yang ada di Indonesia memberikan pilihan lebih bagi para nasabah untuk memilih bank yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dalam konteks ini mahasiswa sebagai nasabah berhak untuk memutuskan bank apa yang akan mereka gunakan. Dalam proses pengambilan keputusan untuk memilih sebuah bank oleh nasabah diduga dipengaruhi oleh keluarga, kelompok referensi, dan kualitas produk.

Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh keluarga, kelompok referensi dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh keluarga, kelompok referensi dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan uji regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan bantuan SPSS 19.

Hasil uji hipotesis parsial (Uji t) didapatkan bahwa variabel keluarga (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,599 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,97 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien 0,207. Variabel kelompok referensi (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,733 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,97 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,086 dengan nilai koefisien 0,109. Variabel kualitas produk (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,883 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,97 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien 0,307. Dari hasil data uji statistik di atas diketahui bahwa variabel keluarga dan kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional sedangkan variabel kelompok referensi terbukti tidak berpengaruh.

Kata Kunci: Keluarga, Kelompok Referensi, Kualitas Produk, Keputusan Memilih Bank, Nasabah Muslim, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bank Konvensional

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Nasabah merupakan unsur penting dan utama dalam roda bisnis sebuah bank, karena tanpa adanya nasabah kegiatan operasional sebuah bank tidak akan berjalan lancar. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan) (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1989: 609). Tanpa adanya nasabah tentunya bank tidak mempunyai dana yang cukup untuk dipergunakan. Kegiatan operasional bank juga tidak akan berjalan dengan lancar. Peran nasabah disini sangat penting untuk perkembangan dunia perbankan karena nasabah yang mempercayakan dananya untuk dititipkan pada bank.

Banyak manajer yang yakin bahwa konsumen adalah kunci untuk meraih laba dan menganggap bahwa badan organisasi tradisional sudah usang (Sutanto dan Umam, 2013: 273). Konsumen dalam hal ini nasabah masa kini dibanjiri oleh banyak pilihan jasa yang bisa nasabah beli. Nasabah menentukan pilihan berdasarkan persepsi mereka akan kualitas, pelayanan dan nilai. Sedangkan pada sisi lain, penjual harus memberikan kualitas produk yang dapat diterimanya. Jika tidak, nasabah akan beralih ke produk pesaing (Sutanto dan Umam, 2013: 274). Hal ini berlaku bagi perbankan syariah yang hadir dalam persaingan dunia perbankan dengan perbankan konvensional.

Bank syariah berkembang seiring dengan sistem perbankan yang ada di Indonesia secara umum. Sistem perbankan syariah diatur dalam Undang-

Undang No. 10 tahun 1998 dimana bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist (Firdaus, *et. Al*, 2005: 18). Walaupun masyarakat muslim Indonesia merupakan mayoritas yaitu sebanyak 207.176.162 (dua ratus tujuh juta seratus tujuh puluh enam ribu seratus enam puluh dua) orang¹, kehadiran bank yang berdasarkan syariah masih relatif baru jika dibandingkan dengan lahirnya bank konvensional. Bank ini mewakili kekusaran yang dialami masyarakat muslim atas adanya lembaga keuangan yang melandaskan Al-Qur'an dan Hadist sebagai dasar aktivitas dan transaksinya. Menjawab kegelisahan masyarakat muslim terhadap adanya sebuah lembaga keuangan yang kegiatannya sesuai aturan Islam dan tidak terdapat unsur yang dilarang seperti riba dalam transaksinya. Sangat jelas disini bahwa masyarakat muslim merupakan pangsa pasar yang sangat potensial bagi bank syariah.

Bank konvensional seperti yang diketahui selama ini merupakan bank yang menerapkan sistem bunga baik itu untuk pembagian keuntungan bagi para penabung atau deposito dan bunga pada nasabah peminjam dana yang menjadi biaya tambahan terhadap pinjaman yang dilakukan oleh nasabah kredit. Bunga ini sifat pembayarannya tetap atau *flat* setiap bulan. Sifat bunga ini *flat* tidak memandang untung maupun ruginya para nasabah. Sistem bunga

¹ <https://www.bps.go.id> diakses pada tanggal 3 April 2017

seperti ini dalam Islam jelas merupakan larangan yang harus dihindari oleh semua muslim karena sistem bunga ini tergolong ke riba karena ada tambahan biaya atas dana yang dipinjam oleh nasabah. Islam melarang seorang muslim untuk melakukan transaksi yang mengandung unsur riba dan mengandung barang atau jasa yang diharamkan, seorang muslim harus menghindari jenis transaksi yang seperti ini. Riba secara istilah teknis merupakan pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara *bâthil* (Antonio, 2001: 37).

Permasalahan muncul saat sistem bank konvensional yang sudah jelas bertentangan dengan agama Islam dan tidak sedikit nasabah muslim yang memahami hal tersebut namun tetap saja bertahan untuk memilih bertransaksi di bank konvensional padahal nasabah muslim merupakan pangsa pasar terbesar bank syariah. Para nasabah muslim yang seharusnya menjadi nasabah loyal bank syariah lebih memilih untuk tetap menggunakan dan menggantungkan keperluan keuangannya pada bank konvensional. Hal ini mengartikan bahwa pemahaman dan sosialisasi kepada masyarakat masih sangat terbatas. Hal ini dipandang dari masih tingginya pangsa pasar bank konvensional pada tahun 2016 yaitu sebesar 94,87%² yang berarti bahwa pangsa pasar perbankan di Indonesia masih didominasi oleh bank konvensional. Bank konvensional menjadi lebih berkuasa karena telah lama hadir dan sudah begitu *familiar* dan dikenal bagi seluruh masyarakat Indonesia. Semestinya sudah tidak ada lagi keraguan dikalangan umat Islam

² <http://www.republika.co.id> diakses pada tanggal 3 April 2017

mayoritas Indonesia, bahwa bank syariah yang layak untuk masyarakat gunakan dan mulai meninggalkan bank konvensional.

Dua sistem perbankan yang ada di Indonesia saat ini memang memberikan opsi lebih kepada nasabah untuk memilih bank yang dikehendaki sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka masing-masing. Keberadaan bank konvensional dan syariah umumnya berfungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan menjadi jalur transaksi, namun karakteristik yang berbeda dari kedua tipe bank konvensional dan syariah dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan pilihan bank seperti apa yang akan mereka gunakan. Perilaku nasabah terkait pengambilan keputusan nasabah dapat dipengaruhi oleh keluarga, kelompok yang mereka jadikan referensi dan kualitas dari produk bank itu sendiri.

Keluarga adalah lingkungan kecil dan paling dekat dengan konsumen. Interaksi yang terjadi di dalam keluarga tentu sangatlah sering terjadi dalam kesehariannya. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa (Sumarwan, 2011: 13). Tidak dapat dipungkiri mahasiswa merupakan anggota dari sebuah keluarga baik sebagai seorang anak, seorang kakak, atau seorang adik. Mahasiswa yang berposisi sebagai seorang anak dalam keluarga, tentu saja menjadikan saran dan tanggapan dari orang tua sebagai pertimbangan tersendiri bagi mereka. Termasuk dalam hal keputusan memilih bank yang akan di pakai.

Kelompok merupakan kumpulan dari dua atau lebih orang-orang yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama. Di dalam perspektif

pemasaran masing-masing kelompok dimana konsumen menjadi anggotanya akan mempengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi dari konsumen tersebut. Kelompok referensi adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok referensi digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku (Sumarwan, 2011: 13-14).

Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Menghasilkan barang dan jasa dengan kualitas yang baik merupakan keharusan bagi sebuah perusahaan. Kualitas dipandang penting karena seorang konsumen menilai barang dari kualitasnya. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian kualitas produk menjadi salah satu faktor penentunya. Bank konvensional yang sudah begitu *familiar* menjadikan para konsumen jadi lebih tau tentang kualitas dari produk yang dimiliki.

Responden penelitian ini lebih difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang masih menggunakan produk bank konvensional. Lingkungan Islami yang dibangun dalam kampus UIN Sunan Kalijaga khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam seharusnya mempengaruhi perilaku para mahasiswanya untuk berperilaku secara Islami dalam kesehariannya baik itu dalam berpakaian, tutur kata, mengkonsumsi barang atau jasa yang sesuai dengan ajaran Islam, dan lain sebagainya. Lingkungan Islami yang ada seharusnya menyebabkan perilaku mahasiswanya

lebih condong untuk memilih bank syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist bukan sebaliknya memilih bank konvensional. Fakta bahwa pemahaman mahasiswa tentang pelarangan riba dan transaksi-transaksi yang dilarang lainnya juga cukup baik karena telah dipelajari selama proses belajar dan menimba ilmu di perguruan tinggi Islam seolah tidak diterapkan dalam praktik di kehidupan nyata. Para mahasiswa yang diharapkan menjadi akademisi dan praktisi ekonomi Islam dan perbankan syariah justru lebih memilih menggunakan bank konvensional. Setidaknya tergambar dalam data ini bahwa ada sekitar 170 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari 230 mahasiswa yang menjadi responden kuisisioner pengelompokan pengguna bank syariah dan konvensional yang menggunakan bank konvensional. Dapat disimpulkan bahwa 3 (tiga) dari 4 (empat) orang yang menjadi responden merupakan nasabah bank konvensional. Mahasiswa pengguna bank konvensional masih lebih dominan dibanding mahasiswa pengguna bank syariah.

Alasan lain yang menjadikan Penyusun untuk fokus pada mahasiswa adalah karena mahasiswa merupakan calon nasabah potensial bagi bank. Mahasiswa kedepannya setelah lulus dari perguruan tinggi akan mendapatkan pekerjaan yang memberikan gaji berupa uang, dan tentunya akan membutuhkan sebuah lembaga keuangan untuk menyimpan uang dan untuk keperluan transaksi lainnya yang dibutuhkan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka Penyusun melakukan penelitian yang akan memberikan judul penelitian: **“Analisis Faktor-Faktor**

Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat disusun perumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh keluarga terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional?
2. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka dapat disusun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan sejauh mana pengaruh keluarga terhadap keputusan nasabah untuk muslim memilih bank konvensional.
2. Untuk menjelaskan sejauh mana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional.
3. Untuk menjelaskan sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi semua pihak baik untuk akademisi maupun praktisi. Adapun kegunaannya antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan keilmuan dan menambah daftar referensi untuk memperkaya khazanah kepustakaan terkait tentang pengaruh keluarga, kelompok referensi, dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah muslim memilih bank konvensional.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi para praktisi perbankan syariah dalam upaya pengembangan perbankan syariah kedepannya untuk lebih memperhatikan pengaruh keluarga, kelompok referensi, dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah muslim yang memilih bank konvensional.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur dalam melakukan penelitian selanjutnya, sehingga akan saling melengkapi antara penelitian sebelumnya dan penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Pembahasan

Dalam kajian penelitian ini, sistematika pembahasan secara garis besar dibagi menjadi lima bab yang saling keterkaitan. Sistematika ini memberikan gambaran serta logika berpikir dalam penelitian. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, landasan awal dan sebagai acuan dalam penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan untuk mengetahui arah penulisan dalam penelitian.

Bab kedua adalah landasan teori merupakan bab yang berisi tentang kerangka teori, telaah pustaka sebagai referensi penelitian mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan, pengembangan hipotesis dan kerangka penelitian yang diuji.

Bab ketiga adalah metode penelitian berisi tentang gambaran teknik yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, pengujian instrumen, serta metode analisis data yang digunakan.

Bab keempat adalah analisis data dan pembahasan merupakan bab yang berisi tentang hasil penelitian menggunakan teori-teori terkait berupa pengaruh keluarga, kelompok referensi, dan kualitas terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional, analisis data menggunakan SPSS 19.

Bab kelima adalah penutup yang berisi kesimpulan dari jawaban rumusan masalah dalam penelitian ini, juga saran dan masukan, serta kekurangan yang ada dalam penelitian ini sebagai bahan analisis lebih lanjut mengenai pengembangan bank syariah kedepannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini melahirkan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Variabel keluarga (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,599 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,97 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien 0,207. Dari hasil uji regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional.
2. Variabel kelompok referensi (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,733 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,97 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,086 dengan nilai koefisien 0,109. Dari hasil uji regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional.
3. Variabel kualitas produk (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,883 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,97 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien 0,307. Dari hasil uji regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan di atas, penelitian ini memiliki beberapa implikasi, yaitu :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keluarga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Hal ini berimplikasi bahwa orang tua memiliki peran cukup dominan dalam keputusan pembelian barang atau jasa di dalam keluarga. Hasil ini juga dapat menjadi acuan bagi para pemasar khususnya pemasar bank syariah yang *nota bene* merupakan pesaing dari bank konvensional untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat. Dengan mengetahui siapa yang berperan cukup dominan dalam sebuah keluarga dalam proses pengambilan keputusan menjadi kunci untuk mensegmentasikan pasar tujuan agar strategi pemasaran bisa menjadi lebih efektif.
2. Secara statistik menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Sementara itu, variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi tertinggi. Hal ini membuktikan bahwa nasabah bank khususnya nasabah muslim pada saat ini lebih berfikir secara rasional terhadap pemilihan sebuah produk bank. Para calon nasabah dengan demikian akan lebih mementingkan kualitas dari suatu produk dibanding aspek-aspek lainnya.
3. Kualitas produk dalam hal ini kehandalan sebuah produk bank menjadi aspek penting yang diperhatikan nasabah yang masih tergolong menjadi

mahasiswa. Mereka menilai baik sebuah produk bank jika produk itu mampu memuaskan kebutuhannya sebagai mahasiswa yang hanya perlu untuk melakukan kegiatan menabung dan bertransaksi keuangan. Nilai lebih dalam pandangan nasabah tersebut akan bertambah jika didukung dengan fasilitas yang mudah untuk diakses atau ditemukan karena akan memudahkan nasabah dalam kegiatan transaksi keuangannya. Sangat jarang nasabah memilih bank dengan fasilitas yang susah untuk diakses karena akan merepotkan mereka dan tentu akan mengeluarkan biaya lebih.

C. Saran

Dari beberapa kesimpulan di atas, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dan saran yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sehingga diharapkan penelitian selanjutnya untuk dapat memperluas wilayah cakupan seperti menambahkan populasi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau bahkan lebih memperluas populasi menjadi mahasiswa dan dosen UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sehingga akan didapat hasil penelitian yang tingkat generalisasinya lebih tinggi.
2. Keluarga, kelompok referensi dan kualitas produk bukanlah semata-mata faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional, masih terdapat faktor-faktor yang lainnya di luar model ini. Hal ini karena variabel keluarga, kelompok referensi dan

kualitas produk memiliki nilai kontribusi sebesar 28,1% sedangkan 71,9% lainnya masih dipengaruhi oleh variabel lain seperti aksestabilitas, budaya, rasionalitas, dan lain-lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Syafi'i. 2003. *Bank Syari'ah: Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Djazuli, H. A. 2011. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Kencana
- Engel James F. dan Blackwell, Roger D. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Karisma Publishing.
- Fauzia, Eka Yunia dan Riyadi, Abdul Kadir. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid Al-Syariah*. Jakarta: Kencana
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Firdaus, NH Muhammad et. Al. 2005. *Dasar dan Strategi Dasar Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan
- Ghufron, M. Nur dan Riswanita, S. Rini 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz
- Hartono, Jogiyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang- Badan Penerbit - Undip
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE
- Irmawani Purba dan Iryad Lubis. 2010. *Analisis Peilaku Konsumen dalam Memilih Produk Tabungan Perbankan Di Kota Pematang Siantar*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol . 1 No. 8
- Kasmir. 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Khoiruddin, Rohmadi dan Nurbaiti. 2016. *Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Kota Bengkulu*. IAIN Bengkulu. Bengkulu
- Kotler, Philip. 1988. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* (Jaka Wasana, Penerjemah). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* (Benyamin Molan, Penerjemah). Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Damos Sihombing, Penerjemah). Jakarta: Erlangga
- Maysaroh, Damayanti. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*. Skripsi Uin Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Maski, Ghazali. 2010. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang*. Universitas Brawijaya. Malang
- Nasution, Khoiruddin. 1996. *Riba dan Poligami: Sebuah Studi atas Pemikiran Muhammad Abduh*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nasution. M.N 2010. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nawawi, Ismail. 2012. *Fikih Muamalah: Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya dan Bank Indonesia. 2000. *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah: Studi Pada Wilayah Propinsi Jawa Timur*. Universitas Brawijaya. Malang
- Qardawi, Yusuf. 1996. *Fatwa-Fatwa Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani
- Rafit Mandana. 2015. *Pengaruh Pribadi, Sosial, Kebudayaan, dan Psikologis Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Perbankan Syariah*. Universitas Narotama. Surabaya
- Republik Indonesia. 1998. Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Sekretariat Kabinet RI. Jakarta.
- Rianse, Usman dan Abdi. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Harif Amali, dkk. 2007. *Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs Bank Konvensional*. Universitas Andalas. Padang
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sarwono, Jonathan. 2013. *Statistik Multivariat: Aplikasi Untuk Riset Skripsi* Yogyakarta: Andi
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen)*. Jakarta: Kencana

Shofwa, Yoiz. *Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*. Laporan Penelitian IAIN Purwokerto. 2015

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan E Dan D*. Bandung: Alfabeta

Sujarweni, V Wiratna dan Endrayanto, Poly. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia indonesia

Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama

Sutanto, Herry dan Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.

Syakir, Syaikh Ahmad. 2014. *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir* (Team Darus Sunnah). Jakarta: Darus Sunnah

Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Zulganef. 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumber Internet:

<http://www.republika.co.id> diakses 3 April 2017 Pukul 13.00

<https://www.bps.go.id> diakses 3 April 2017 Pukul 13.00

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner

Penelitian Skripsi dengan Judul

“ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)”

Assalamu'alaikum wr. wb
Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyusun tugas skripsi dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)**”, maka penulis mengharapkan kesediaan Mas/Mbak untuk mengisi kuisisioner ini. Peneliti berharap Mas/Mbak menjawab dengan leluasa tanpa tekanan apapun sesuai dengan yang Mas/Mbak rasakan dan sudilah kiranya Mas/Mbak menjawab pertanyaan berikut dengan keyakinan masing-masing, sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah.

Atas perhatian dan kesediaan Mas/Mbak mengisi kuisisioner ini, penulis mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Hormat Saya

Ahmad Yopi Sumara

Petunjuk Pengisian:

1. Tulislah identitas Mas/Mbak pada kolom yang telah disediakan
2. Berilah tanda (X) pada jawaban yang sesuai dengan identitas Mas/Mbak sebenarnya.

I. Identitas Responden

***Kami menjamin rahasia pribadi anda.**

Nama	:	
Jenis Kelamin	:	a. Laki-Laki b. Perempuan
Jurusan	:	a. Perbankan Syariah c. MKS/ EKS KUI b. Ekonomi Syariah d. Akuntansi Syariah
Angkatan	:	
Usia	:	a. $\leq$ 20 tahun c. 22 tahun b. 21 tahun d. $\geq$ 23 tahun

II. Pertanyaan

Berilah tanda *checklist* (✓) pada salah satu jawaban yang Mas/Mbak pilih.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

Ts : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mendapatkan saran dan rekomendasi dalam pemilihan bank konvensional dari keluarga (orang tua/suami/istri).				
2.	Saya diharuskan menggunakan bank konvensional oleh keluarga (orang tua/suami/istri).				
3.	Peran saya dalam pemilihan bank hanya sebagai pelaksana (pembuat akun bank) dan pemakai dari bank yang dipilih.				
4.	Saya menggunakan bank konvensional karena karena semua keluarga besar saya juga menggunakan bank konvensional.				
5.	Saya menggunakan bank konvensional berdasarkan keputusan secara bersama yang dibuat oleh keluarga (orang tua/suami/istri).				
6.	Saya memilih bank konvensional karena rekomendasi dari teman atau orang-orang sekitar saya (kecuali keluarga).				
7.	Saya memilih bank konvensional karena ada aturan dalam kelompok tempat saya menjadi anggota (forum beasiswa/kelompok olahraga/tempat kerja) untuk menggunakannya.				
8.	Saya memilih bank konvensional berdasarkan berbagai informasi yang saya terima dari forum atau kelompok (forum beasiswa/kelompok olahraga/tempat kerja) yang saya ikuti.				
9.	Saya memilih bank konvensional supaya sama dengan orang-orang dalam kelompok (forum beasiswa/kelompok olahraga/tempat kerja) yang saya ikuti.				
10.	Saya memilih bank konvensional karena mengikuti tokoh panutan saya (Artis/Tokoh				

	Agama/Pemimpin, Dll).				
11.	Produk bank konvensional sudah begitu familiar dengan berbagai kualitas fasilitasnya.				
12.	Bank konvensional memberikan produk sesuai dengan kebutuhan saya. (Tempat untuk menabung/transfer uang)				
13.	Pegawai dan pelayanan bank konvensional terkenal handal dan tanggap dalam memberikan pelayanan.				
14.	Produk bank konvensional bisa saya percaya untuk menyimpan uang saya dan bebas dari risiko kehilangan.				
15.	Fasilitas dari produk bank konvensional mudah ditemui.				
16.	Saya memutuskan memilih bank konvensional karena sesuai dengan rekomendasi keluarga saya.				
17.	Saya memutuskan memilih bank konvensional karena orang-orang disekitar saya menggunakannya. (Kelompok/Tetangga/Tokoh Panutan/Tempat Kerja)				
18.	Saya memutuskan memilih bank konvensional karena kualitas produknya yang baik.				
19.	Saya memutuskan memilih bank konvensional setelah berbagai pertimbangan informasi dan saran yang saya dapatkan.				
20.	Saya memutuskan memilih bank konvensional karena kemudahan bertransaksi dengan orang-orang terdekat saya. (Keluarga/Kelompok/Tempat Kerja)				

LAMPIRAN 2

SURAT IZIN PENELITIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

Nomor : B-872/Un.02/DEB.1/PN.01.1/03/2017

3 Maret 2017

Sifat : Penting

Lamp. : 3 bendel

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir/skripsi yang berjudul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)**", dengan Dosen Pembimbing Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami mengajukan permohonan izin kepada Bapak/Ibu Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta bagi mahasiswa kami :

Nama : Ahmad Yopi Sumara

NIM : 13820090

Program Studi : Perbankan Syariah

Alamat : Gg. Kotes No. 109 Sambilegi Lor, Maguwoharjo, Yogyakarta.

untuk melakukan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Skripsi
2. Fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
3. Fotocopy Kartu Rencana Studi (KRS)

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas diperkenankannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Tembusan:

Dekan (sebagai laporan)

Res pon den	It m 1	It m 2	It m 3	It m 4	It m 5	It m 6	It m 7	It m 8	It m 9	It m 1 0	It m 1 1	It m 1 2	It m 1 3	It m 1 4	It m 1 5	It m 1 6	It m 1 7	It m 1 8	It m 1 9	It m 2 0
1.	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2.	4	4	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
3.	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3
4.	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
5.	3	2	2	3	3	2	1	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
6.	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4
7.	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
8.	3	1	3	1	2	3	4	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
9.	4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3
10.	4	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3
11.	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
12.	2	2	3	2	2	2	1	3	3	1	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3
13.	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
14.	4	3	4	3	2	1	1	1	1	1	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3
15.	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
16.	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
17.	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3
18.	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
19.	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4
20.	3	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
21.	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3
22.	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
23.	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
24.	2	1	3	3	2	4	1	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3
25.	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
26.	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
27.	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	3	4	2	3	4	4	2	3	3	4
28.	4	2	3	3	3	1	1	1	2	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
29.	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4
30.	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4
31.	4	3	4	4	2	1	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3
32.	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3
33.	4	4	3	4	2	2	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3
34.	4	2	2	4	3	1	1	3	1	1	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4
35.	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3
36.	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4
37.	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4

38.	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
39.	2	3	4	2	1	1	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
40.	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3
41.	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3
42.	3	4	3	4	4	2	1	2	3	1	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4
43.	3	4	2	4	4	2	2	2	3	2	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3
44.	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3
45.	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
46.	4	3	3	4	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
47.	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
48.	2	2	3	2	2	2	4	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2
49.	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
50.	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
51.	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	2	2	2	4
52.	4	2	4	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
53.	4	2	4	3	4	3	1	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
54.	4	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
55.	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
56.	4	2	2	4	4	2	2	3	2	2	4	2	3	2	3	3	2	3	3	3
57.	4	3	3	3	3	1	1	1	2	1	1	1	2	3	3	3	2	2	3	4
58.	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3
59.	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3
60.	3	2	4	1	3	2	4	3	2	1	4	3	2	3	4	3	2	1	2	3
61.	3	1	3	2	3	1	1	3	1	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	4
62.	2	2	2	3	2	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
63.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3
64.	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3
65.	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3
66.	3	1	3	2	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
67.	2	2	3	4	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	4	3	1	3	2	3
68.	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3
69.	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3
70.	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
71.	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4
72.	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
73.	2	2	3	1	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
74.	3	2	3	3	3	2	1	1	2	1	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4
75.	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4
76.	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4

77.	4	2	3	4	4	2	2	2	2	2	3	4	4	3	4	4	2	2	2	4
78.	2	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	4	4	3	3	3	1	3	3	3
79.	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
80.	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	4	2	2	2	3	3
81.	4	4	4	4	4	3	1	3	2	1	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4
82.	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	4	3	4	3	2	2	2	4
83.	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3
84.	3	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
85.	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
86.	4	4	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4
87.	3	2	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3
88.	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
89.	3	2	4	3	2	3	2	2	2	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	3
90.	2	2	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91.	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3
92.	2	1	2	2	2	2	1	4	2	1	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4
93.	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3
94.	4	3	3	3	2	3	2	2	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
95.	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
96.	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
97.	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
98.	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
99.	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	4
100	3	3	3	4	3	3	1	1	1	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN 4
HASIL OLAH DATA SPSS

1. Karakteristik Responden
a. Jumlah Responden

Statistics

		Jenis Kelamin	Umur	Jurusan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

b. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	39	39,0	39,0	39,0
	Perempuan	61	61,0	61,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

c. Umur

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	65	65,0	65,0	65,0
	> 23 Tahun	5	5,0	5,0	70,0
	21 Tahun	17	17,0	17,0	87,0
	22 Tahun	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

d. Jurusan

Jurusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Akuntansi Syariah	14	14,0	14,0	14,0
	Ekonomi Syariah	30	30,0	30,0	44,0
	Man. Keuangan Syariah	28	28,0	28,0	72,0
	Perbankan Syariah	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

2. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

(1) Keluarga

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Total Keluarga
Item_1	Pearson Correlation	1	,367**	,151	,457**	,487**	,729**
	Sig. (2-tailed)		,000	,134	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson Correlation	,367**	1	,250*	,440**	,425**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000		,012	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson Correlation	,151	,250*	1	,069	,001	,378**
	Sig. (2-tailed)	,134	,012		,495	,992	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	,457**	,440**	,069	1	,459**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,495		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_5	Pearson Correlation	,487**	,425**	,001	,459**	1	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,992	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_Keluarga	Pearson Correlation	,729**	,759**	,378**	,751**	,723**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(2) Kelompok Referensi

Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Total_KelompokReferensi
Item_1	Pearson Correlation	1	,262**	,248*	,151	,266**	,602**
	Sig. (2-tailed)		,009	,013	,134	,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100

Item_2	Pearson Correlation	,262**	1	,454**	,410**	,198*	,788**
	Sig. (2-tailed)	,009		,000	,000	,049	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson Correlation	,248*	,454**	1	,357**	,153	,706**
	Sig. (2-tailed)	,013	,000		,000	,130	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	,151	,410**	,357**	1	,054	,620**
	Sig. (2-tailed)	,134	,000	,000		,592	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_5	Pearson Correlation	,266**	,198*	,153	,054	1	,441**
	Sig. (2-tailed)	,007	,049	,130	,592		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_Kelompok_Refere nsi	Pearson Correlation	,602**	,788**	,706**	,620**	,441**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(3) Kualitas Produk

		Correlations					Total Kualitas Produk
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
Item_1	Pearson	1	,426**	,424**	,283**	,399**	,771**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,000	,000
N		100	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson	,426**	1	,334**	,143	,276**	,663**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,155	,005	,000
N		100	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson	,424**	,334**	1	,405**	,226*	,702**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000	,024	,000
N		100	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson	,283**	,143	,405**	1	,256*	,588**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,004	,155	,000		,010	,000
N		100	100	100	100	100	100
Item_5	Pearson	,399**	,276**	,226*	,256*	1	,639**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,024	,010		,000
N		100	100	100	100	100	100
Total_Kualitas_Produk	Pearson	,771**	,663**	,702**	,588**	,639**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N		100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(4) Keputusan Memilih

Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Total_Keputusan_Memilih
Item_1	Pearson Correlation	1	-,028	,209*	,032	,448**	,531**
	Sig. (2-tailed)		,780	,037	,751	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson Correlation	-,028	1	,163	,220*	,146	,317**
	Sig. (2-tailed)	,780		,106	,028	,146	,001
	N	100	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson Correlation	,209*	,163	1	,522**	,215*	,593**
	Sig. (2-tailed)	,037	,106		,000	,032	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	,032	,220*	,522**	1	,348**	,616**
	Sig. (2-tailed)	,751	,028	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_5	Pearson Correlation	,448**	,146	,215*	,348**	1	,660**
	Sig. (2-tailed)	,000	,146	,032	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_Keputusan_Memilih	Pearson Correlation	,531**	,317**	,593**	,616**	,660**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Uji Reliabilitas

(1) Keluarga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	5

(2) Kelompok Referensi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,640	5

(3) Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	5

(4) Keputusan Memilih

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,602	5

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,30402898
Most Extreme Differences	Absolute	,083

Positive	,083
Negative	-,037
Kolmogorov-Smirnov Z	,828
Asymp. Sig. (2-tailed)	,500

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,284	1,552		2,761	,007		
	Keluarga	,207	,057	,309	3,599	,001	,983	1,017
	Kelompok Referensi	,109	,063	,150	1,733	,086	,965	1,036
	Kualitas Produk	,378	,077	,420	4,883	,000	,981	1,020

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

c. Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,820	,947		,866
	Keluarga	-,043	,035	-,125	,220
	Kelompok Referensi	-,009	,039	-,024	,812
	Kualitas Produk	,059	,047	,128	,212

a. Dependent Variable: Res2

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	73,091	3	24,364	13,893	,000 ^a
Residual	168,349	96	1,754		
Total	241,440	99			

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73,091	3	24,364	13,893	,000 ^a
	Residual	168,349	96	1,754		
	Total	241,440	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Keluarga, Kelompok Referensi

b. Dependent Variable: Keputusan Memilih

b. R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,550 ^a	,303	,281	1,324

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Keluarga, Kelompok Referensi

c. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,284	1,552		2,761	,007
	Keluarga	,207	,057	,309	3,599	,001
	Kelompok Referensi	,109	,063	,150	1,733	,086
	Kualitas Produk	,378	,077	,420	4,883	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

LAMPIRAN 5
DOKUMENTASI PENELITIAN



Responden mahasiswa Perbankan Syariah 2016 setelah selesai mengisi kuisioner



Responden mahasiswa Perbankan Syariah 2015 sedang mengisi kuisioner



Responden mahasiswa Akuntansi Syariah 2015 sedang mengisi kuisisioner



Responden Ekonomi Syariah 2014 sedang mengisi kuisisioner



Responden setelah selesai mengisi kuisisioner

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN 6
CURRICULUM VITAE

Curriculum Vitae



Nama : Ahmad Yopi Sumara
Jenis Kelamin : Laki-Laki
TTL : Bengkulu, 10 April 1995
Agama : Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Alamat : Jl. Adam Malik 8 No.15 B Pagar Dewa, Bengkulu
Alamat E-mail: ahmadsumara10@gmail.com
No. Hp : 085229188451

Riwayat Pendidikan:

1. 1999- 2001 : TK Bakti Family Bengkulu
2. 2001-2007 : SD N 74 Kota Bengkulu
3. 2007- 2010 : SMP N 4 Kota Bengkulu
4. 2010- 2013 : SMA Plus N 7 Kota Bengkulu
5. 2013- Sekarang : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah

Riwayat Organisasi :

1. PMII Rayon Ekuilibrium UIN Sunan Kalijaga – Sekarang
2. Kepanitiaan Masjid Ar-Rahim Pagar Dewa Bengkulu 2014-2016