

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH PADA BANK
MUAMALAT MALANG**

SKRIPSI

Oleh

LUTFI EFENDI
NIM : 02220018



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
2009**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH PADA BANK
MUAMALAT MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

LUTFI EFENDI
NIM : 02220018



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
2009**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH PADA BANK
MUAMALAT MALANG**

SKRIPSI

Oleh

LUTFI EFENDI
NIM : 02220018

Telah Disetujui 15 Januari 2009
Dosen Pembimbing,

Dr. Masyhuri, Ir. MP

Mengetahui :
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH PADA BANK
MUAMALAT MALANG**

SKRIPSI

Oleh

LUTFI EFENDI
NIM : 02220018

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 03 April 2009

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 1. Ketua | : | (|) |
| <u>Dr. Nur Asnawi, MA</u> | | | |
| NIP. 150295491 | | | |
| 2. Penguji Utama | : | (|) |
| <u>Ahmad Fahrudin A, SE., MM</u> | | | |
| NIP. 150294653 | | | |
| 3. Sekretaris/Pembimbing | : | (|) |
| <u>Dr. Masyhuri, Ir., MP</u> | | | |

Disahkan Oleh :
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibuku tercinta yang telah merawat, menjaga, membimbing, menyayangiku dan memberikan kesempatan untuk menggali Ilmu pengetahuan melalui tingkat pendidikan yang setinggi ini.
2. Adikku Ervin Ariyanto yang selalu memberi semangat dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Nenekku tercinta Mbah Saturah, yang selalu mendoakan semoga cepat menyelesaikan skripsi ini.
4. Adik tersayang dan tercinta "Rohayanti Pellupesi" yang sabar mendampingiku hingga kini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang dengan sabar membimbing, memberikan ilmunya, semoga bermanfaat didunia dan akhirat.
6. Bapak Dr. Masyhuri, Ir.MP selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan bimbingan yang sangat berarti kepada Saya selama penyusunan skripsi ini.
7. Mas Dendot Santosa selaku Direktur KWHcell yang telah memberikan waktu untuk cuti bekerja agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman "Fakultas Ekonomi UIN MALANG Angkatan 2002" yang tidak dapat kusebutkan namanya satu persatu, aku tidak akan lupa dalam hidupku akan kenangan-kenangan kita waktu kuliah bersama.

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:” Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”(Q. S Al-Imron 159).

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi untuk memenuhi salah satu gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang yakni agama Islam.

Ucapan terima kasih atas segala bimbingan, arahan dan bantuan serta motivasi yang telah diberikan, penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.
2. Bapak Drs. H. A. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Malang.
3. Bapak Dr. Masyhuri, Ir, MP selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan bimbingan yang sangat berarti kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis selama belajar di universitas ini.

5. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi yang telah membantu kelancaran administratif.
6. Bapak Juniar Endarwanto selaku *business manager* Bank Muamalat cabang Malang yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Bank Maumalat cabang Malang.
7. Ayah Bundaku yang telah merawat, menjaga dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk menggali Ilmu pengetahuan melalui tingkat pendidikan yang setinggi ini, juga atas Do'a-do'anya yang tidak pernah putus yang telah mereka berikan kepada putra-putranya.
8. Semua pihak yang tidak mungkin penulis menyebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 06 Januari 2009

Penulis

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Lutfi Efendi
NIM : 02220018
Alamat : Jl. Raya Mojosari-Prambon 65 Ds. Ngrame Kec.
Pungging Kab. Mojokerto JAWA TIMUR

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT
MALANG

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari pihak lain, bukan tanggung jawab dari Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 03 April 2009

Lutfi Efendi

NIM : 02220018

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teoritis.....	12
1. bank syariah.....	12
a. pengertian bank syariah	12
b. ciri-ciri bank syariah	13
c. produk-produk bank syariah.....	15
2. perilaku konsumen.....	20
a. pengertian perilaku konsumen.....	20
b. faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen...	21
3. pengambilan keputusan.....	26
a. pengertian pengambilan keputusan.....	26
b. tingkat-tingkat keputusan	27
c. kategori keputusan	30
d. teknik pengambilan keputusan	32
e. faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan	34
4. pengambilan keputusan dalam perspektif islam.....	37
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis	40

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian.....	42
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel	43
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
E. Data dan Sumber Data.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Definisi Operasional Variabel.....	47
H. Validitas dan Reliabilitas.....	50
I. Model Analisis Data	54

BAB IV : PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

A. Paparan data hasil penelitian.....	60
1. sejarah perusahaan.....	60
2. visi dan misi perusahaan	62
3. struktur organisasi.....	63
4. job discription	64
5. produk-produk bank muamalat indonesia	65
B. Pembahasan data hasil penelitian	68
1. uji validitas.....	69
2. uji reliabilitas.....	70
3. analisis regresi berganda.....	71
C. pembahasan hasil penelitian.....	76
1. analisis dan interpretasi secara simultan.....	76
2. analisis dan interpretasi secara parsial	80
3. pengambilan keputusan berdasarkan tinjauan keislaman	85

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Abstrak

Lutfi Efendi, 2009 SKRIPSI. Judul: "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang".
Pembimbing: Dr. Masyhuri, Ir., MP

Kata Kunci : Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan merupakan domain dari perilaku konsumen, dimana perilaku konsumen adalah suatu proses dan pengambilan keputusan hanya merupakan salah satu tahap. Terdapat banyak pengaruh yang mendasari konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan. Pengambilan keputusan nasabah dalam menabung di bank muamalat cabang malang dipengaruhi berbagai macam faktor. Beberapa faktor diantaranya yaitu faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, dan faktor syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, dan faktor syariah terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk menabung pada bank muamalat cabang malang melalui pengujian hipotesa. Alat analisis yang digunakan adalah dengan uji f (uji simultan), dan uji t (uji parsial), Dimana variabel faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik dan faktor syariah akan diterima jika lebih besar dari 5%. Kemudian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik dan faktor syariah terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk menabung pada bank muamalat cabang malang digunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan alat analisis diatas diketahui ada empat faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk menabung pada bank muamalat cabang malang yaitu faktor tingkat pendidikan yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%, tanggungan keluarga yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,021 dengan taraf kepercayaan 95%, pelayanan yang baik yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%, faktor syariah yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,001 dengan taraf kepercayaan 95%

المستخلص

لطفي افندي، 2009 بحث جامعي. الموضوع: "تحليل العوامل التي تؤثر في أخذ قرار الزبون على بنك المعاملات فرع مالانج".
المشرف: الدكتور مشهوري الماجستير

كلمات الرئيسية: أخذ القرار

أخذ الحكم المستهلك ليستخدم فضل الصناعة هو مسيطر عن سلوك المستهلك، السلوك المستهلك هو العملية وأخذ الحكم إلا كمرحلة. كثير الأثر الذي يؤسس المستهلك ليستخدم فضل الصناعة. أخذ الحكم الزبون في توفير البنك المعاملة مالانج يؤثر العوامل المختلفة. منها عامل العمر، درجة التربية، كفالة الأسرة، حصيلة كل شهرية، الخدمة الجيدة، و عامل الشريعة.

هذا البحث هو بحث كيفي الذي يهدف لمعرفة تأثير بين عامل العمر، درجة التربية، كفالة الأسرة، حصيلة شهرية، الخدمة الجيدة، وعامل الشريعة على أخذ الحكم الزبون ليفر على البنك المعاملة مالانج بتجريبية الفروض. أدوات التحليل التي تستخدم هي هذا البحث هي $u_{ji f}$ (تجريبية متواقتا)، و $u_{ji t}$ (تجريبية اتصاليا)، ومتغير عامل العمر، درجة التربية، كفالة الأسرة، حصيلة الشهرية، الخدمة الجيدة وعامل الشريعة مقبول إذا أكبر من 5%. ثم لمعرفة كم كبيرة تأثير عامل العمر، درجة التربية، كفالة الأسرة، حصيلة الشهرية، الخدمة الجيدة وعامل الشريعة على أخذ الحكم الزبون ليوفر على البنك المعاملة مالانج يستخدم التحليل علاقة اتصال المضاعفة.

بناء على أدوات التحليل السابقة كانت أربعة العوامل التي تؤثر أخذ الحكم الزبون لتوفر على البنك الشريعة المعاملة مالانج هي عامل درجة التربية التي تنال بدرجة المغزى يعني 000،0 بمستوى التصديق 95%، كفالة الأسرة التي تنال بدرجة المغزى يعني 021،0 بمستوى التصديق 95%، الخدمة الجيدة التي تنال بدرجة المغزى 000،0 بمستوى التصديق 95%، عامل الشريعة التي تنال بدرجة المغزى 001،0 بمستوى التصديق 95%.

ABSTRACT

Lutfi Efendi, 2009. THESIS. Title: "An Analysis of Factors which Influence Customers' Decision Making on Muamalat Bank Malang"

Advisor : Dr. Masyhuri, Ir., MP

Keywords : Decision Making

Customers' decision making to exert company's service is the most dominant act from them where their treatment is the process and decision making is one step. There are so many reasons which influence costumers to use company's service. It is based on several factors. They are about age, educational status, family responsibility, monthly income, good service, and syaria'h factor.

This research is quantitative research which aims at recognizing the influence of those factors to costumers' decision making in order to save their money to Muamalat Bank, Malang branch through hypothesis. The instrument used is by f test (simultaneous test), and t test (partial test) in which variables of age, educational status, family responsibility, income in a month, good service and syariah factor will be accepted if they are more than 5%. To recognize of its big influences, the researcher uses double linear regression analysis.

According to the analysis instrument, then it was known that there are 4 factors which influence costumers' decision making to save their money in Muamalat Bank, Malang branch. Those are factors of educational status which gain significance scale for about 0,000 with trustworthiness 95%, family responsibility which achieve significance scale for about 0,021 with trustworthiness 95%, good service which attains significance for about 0,000 with trustworthiness 95%, syariah factor which accomplishes significance for about 0,001 with trustworthiness for about 95%.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bank syariah di Indonesia dewasa ini dapat dinilai sangat pesat. Persaingan dalam dunia perbankan juga semakin ketat, dalam kondisi seperti ini mengharuskan para pelaku pasar perbankan harus bekerja keras demi meningkatkan atau mempertahankan daya saing perbankan.

Setiap aktivitas perekonomian nasional dunia perbankan telah memiliki peranan yang sangat penting. Peranan itu ditunjukkan dengan semakin besarnya jumlah masyarakat yang memanfaatkan fasilitas jasa lembaga keuangan perbankan baik itu dengan menyimpan uang dan barang berharga lainnya pada bank maupun meminjam sejumlah dana untuk keperluan pembiayaan kegiatan usaha mereka. Dasar dari operasional lembaga perbankan adalah kepercayaan dimana masyarakat mempercayai bank sebagai tempat yang aman dan menguntungkan untuk menyimpan hartanya, sedangkan bank mempercayakan sejumlah dananya pada debitur untuk mengelola dan dikembalikan tepat pada waktunya.

Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Sistem perbankan

syariah juga 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.

Peran Bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Dukungan terhadap pengembangan perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya "*dual banking system*", dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha syariah. Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. Market share bank syariah di Indonesia, relatif masih kecil, belum mencapai 2 % dari total asset bank secara nasional.

Menurut Siti Fajriyah, salah seorang Deputi Gubernur Bank Indonesia, jumlah nasabah Bank syariah saat ini, baru sekitar 3 juta orang. Padahal jumlah umat Islam potensial untuk menjadi customer bank syariah lebih dari 100 juta orang. Dengan demikian, mayoritas umat Islam belum berhubungan dengan bank syariah. Sampai tahun 2006, asset bank syariah baru mencapai Rp 22 triliun (Agustianto, 2008).

Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah kaum muslim, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya bank konvensional. Upaya

pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai Pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan.

Jika hanya didasari oleh Alasan keagamaan saja belum tentu mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap keputusan dalam menggunakan suatu jenis jasa perbankan. Selain itu aspek-aspek non-ekonomis diduga juga dapat mempengaruhi interaksi masyarakat terhadap dunia perbankan. Dengan memahami preferensi masyarakat terhadap bank-bank tersebut, maka bank (syariah atau konvensional) memiliki *judgement* yang kuat untuk mendisain strategi dan kebijakan agar lebih bersifat *market driven*.

Keberadaan bank (konvensional dan syariah) secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari kedua tipe bank (konvensional dan syariah) dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut. Lebih lanjut, perilaku nasabah terhadap produk perbankan (bank konvensional dan bank syariah) dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri.

Banyak faktor yang menyebabkan mengapa umat Islam belum berhubungan dengan bank-syariah, antara lain Pertama, Tingkat pemahaman dan pengetahuan umat tentang bank syariah masih sangat rendah. Masih banyak yang belum mengerti dan salah faham tentang bank syariah dan menganggapnya sama saja dengan bank konvensional, Bahkan sebagian ustaz yang tidak memiliki ilmu yang memadai tentang ekonomi Islam (ilmu ekonomi makro;moneter) masih berpandangan miring tentang bank syariah. Kedua, Belum ada gerakan bersama dalam skala besar untuk mempromosikan bank syariah. Ketiga, Terbatasnya pakar dan SDM ekonomi syari'ah. Keempat, Peran pemerintah masih kecil dalam mendukung dan mengembangkan ekonomi syariah. Kelima, Peran ulama, ustaz dan dai' masih relatif kecil. Ulama yang berjuang keras mendakwahkan ekonomi syariah selama ini terbatas pada Dewan Syariah Nasional (DSN) dan kalangan akademisi yang telah tercerahkan. Bahkan masih banyak anggota DSN yang belum menjadikan tema khutbah dan pengajian tentang bank dan ekonomi syariah. Keenam, para akademisi di berbagai perguruan tinggi, termasuk perguruan Tinggi Islam belum optimal. Ketujuh, peran ormas Islam juga belum optimal membantu dan mendukung gerakan bank syariah. Terbukti mereka masih banyak yang berhubungan dengan bank konvensional. Kedelapan, dan ini yang paling utama, Bank Indonesia dan bank-bank syariah belum menemukan strategi jitu dan ampuh dalam memasarkan bank syariah.

Pola dan sistem pemasaran bank syariah selama ini masih belum tepat dan perlu perubahan-perubahan mendasar. Sistem dan strategi pemasaran bank syariah selama ini belum bisa membuahkan pertumbuhan cepat atau loncatan pertumbuhan yang memuaskan (quantum growing) bank syariah. Karena itu tidak aneh jika market share bank syariah masih berkisar di angka 1,5 %. Padahal bank syariah telah berkembang pesat sejak tahun 2000. Bahkan Bank Muamalat telah berkembang sejak tahun 1992.

Oleh karena itu penelitian konsumen merupakan suatu hal yang selalu diperlukan dari waktu ke waktu oleh para pemasar yang ingin sukses dalam kegiatan pemasaran. Setiadi (2005) mengatakan bahwa konsumen adalah entitas yang mudah berubah. Keinginan mereka tak selalu dalam garis lurus, kadang berkelok dengan amat cepat. Untuk itu diperlukan suatu studi tentang perilaku konsumen agar segala gerak mereka mudah diantisipasi.

Swastha dan Irawan (2001:105) mengemukakan bahwa dengan mempelajari perilaku konsumen, manajer akan mengetahui kesempatan yang baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan dan kemudian mengidentifikasikannya untuk mengadakan segmentasi pasar. Demikian juga Peter dan Olson (1996:8) mengatakan bahwa dalam hal pengembangan strategi pemasaran, sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa suatu strategi

pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama di sepanjang waktu, pasar dan industri. Walaupun hal ini tampak sederhana, namun banyak perusahaan gagal menyadari kebutuhan untuk mengadaptasi strategi pemasaran di pasar yang berbeda.

Pengambilan keputusan konsumen adalah aspek utama yang sangat penting untuk dipahami oleh para pemasar. Pride dan ferrel (1993:184) mengatakan bahwa bagian utama dari perilaku pembelian adalah proses keputusan yang dipergunakan untuk melakukan pembelian tersebut. Selanjutnya Pride dan ferrel (1993:189) menjelaskan bahwa terdapat tiga kategori pengaruh utama yang dianggap mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen, yaitu faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor sosial. Kotler (2000) juga menyebutkan dalam Simamora (2002:9), faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis.

Selain itu menurut Essael (1987: 11) ada tiga faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen yaitu: (1) faktor individual konsumen yang meliputi pendidikan dan penghasilan konsumen; (2) pengaruh lingkungan; (3) strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan variabel yang dapat dikontrol oleh pemasar dalam usaha memberi informasi dan mempengaruhi konsumen. Variabel ini adalah produk, harga, distribusi dan promosi. Perubahan sosial ekonomi

mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli, baik untuk kebutuhan primer maupun sekunder. Perubahan sosial ekonomi meliputi pendapatan dan tingkat pendidikan yang merupakan karakteristik pembeli. Terdapat korelasi langsung antara tingkat pendidikan, pendapatan dan kemampuan membeli seseorang. Pendidikan secara langsung berkaitan dengan kemampuan membeli karena terdapat korelasi yang kuat antara pendidikan dan pendapatan. Pendidikan mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan, konsumen yang pendidikannya tinggi mempunyai pandangan yang berbeda terhadap alternatif merk dan harga dibandingkan dengan konsumen berpendidikan yang lebih rendah. Untuk melakukan pembelian, konsumen tidak terlepas dari karakteristik produk baik mengenai penampilan, gaya, mutu dan harga dari produk tersebut. Penetapan harga oleh penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, sebab harga yang dapat dijangkau oleh konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Karakteristik penjual akan mempengaruhi keputusan membeli. Dalam hal ini konsumen akan menilai mengenai penjual, baik mengenai pelayanan, mudahnya memperoleh produk dan sikap ramah dari penjual.

Dalam penelitian ini, penulis memilih obyek penelitian pada Bank Muamalat Indonesia cabang Malang, karena dalam sejarah perbankan syariah di Indonesia, Bank Muamalat Indonesia merupakan bank pertama

yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah dan juga memiliki tujuan khusus yaitu memberikan kesempatan kepada orang islam khususnya dan tidak menutup peluang bagi beragama yang non islam untuk berhubungan dengan perbankan yang lebih menjamin adanya kebersamaan, keadilan dan pemerataan pendapatan.

Berdasarkan uraian di atas maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang".

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan dalam faktor-faktor pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial dalam faktor-faktor pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan dalam faktor-faktor pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang?
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dalam faktor-faktor pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang?

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi lembaga kampus dapat dijadikan tambahan literatur untuk perkembangan penelitian kedepan.
2. Bagi peneliti sebagai wahana aplikasi ilmu yang telah didapat selama kuliah dikampus.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian Khairul Anam tahun 2006 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang dengan judul “analisis faktor-faktor psikologis dan rasionalis terhadap keputusan nasabah menabung (studi pada bank syariah mandiri kantor cabang pamekasan). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis dan rasionalis terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah mandiri pamekasan dan Variabel yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah mandiri pamekasan.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebelum nasabah memutuskan untuk menabung di suatu bank, maka ia mengevaluasi segala yang ada didalam dirinya meliputi motivasi, belajar, sikap, persepsi dan tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis terhadap sesuatu yang ia rasakan menyangkut pelayanan, jaminan keamanan dan keuntungan yang diperoleh nasabah. Selain itu bahwa keputusan nasabah menabung di bank syariah mandiri pamekasan tidak terlepas dari faktor-faktor psikologis dan rasionalis yang ada dalam diri nasabah. Dalam hal ini tingkat keuntungan nisbah dan penghitungan

bisnis memegang peranan utama dalam menggerakkan seorang nasabah terhadap kecenderungan untuk menabung.

Tabel 1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

NO	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Jenis penelitian	Analisis Data	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Khairul Anam	Analisis pengaruh faktor-faktor psikologis dan rasionalis terhadap keputusan nasabah menabung (studi pada bank syariah mandiri kantor cabang pamekasan)	Deskriptif Kuantitatif	Analisis Regresi Berganda Dan Uji Asumsi Klasik	Faktor psikologis (motivasi, belajar, sikap, persepsi) dan Faktor rasional (tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis)	1. Faktor psikologis dan rasionalis berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung 2. Faktor rasionalis berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah menabung
2	Lutfi Efendi	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang	Kuantitatif	Analisis Regresi Berganda	Usia, tingkat pendidikan, pendapatan perbulan, tanggungan keluarga, pelayanan yang baik, dan faktor syariah.	1. Secara simultan faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik dan faktor syariah mempengaruhi secara signifikan 2. Secara

						<p>parsial hanya faktor tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pelayanan yang baik, dan faktor syariah yang mempengaruhi secara signifikan</p>
--	--	--	--	--	--	--

B. Kajian Teori

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Istilah lain yang digunakan untuk sebutan Bank Syariah adalah Bank Islam. Secara akademik, istilah Islam dan syariah memang mempunyai pengertian yang berbeda. Namun secara teknis untuk penyebutan Bank Islam dan Bank Syariah mempunyai pengertian yang sama. Menurut ensiklopedi Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Soemitro, 2002 : 5).

Berdasarkan rumusan tersebut, Bank Islam (baca: Bank Syariah) berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadits, atau apabila kita mengacu kepada Undang-undang

Nomor. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa bank yang berprinsip syariah berlaku aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain *mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, dan ijarah wa iqtina*.

b. Ciri-Ciri Bank Syariah

Bank Syariah atau Bank Islam sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah menurut ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadits, mempunyai beberapa ciri yang berbeda dengan bank konvensional (Sumitro, 2002; hal 18).

Ciri-ciri ini bersifat universal dan kumulatif, artinya semua Bank Syariah yang beroperasi di mana saja harus memenuhi seluruh ciri tersebut karena apabila tidak maka hilanglah identitas sebagai Bank Syariah atau Bank Islam ciri-ciri itu adalah :

- 1) Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku dan dapat ditawarkan dalam batas yang wajar.
- 2) Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindarkan, karena persentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.

- 3) Di dalam kontrak pembiayaan proyek, bank tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti (*fixed return*) yang ditetapkan di muka. Bank Syariah menerapkan sistem yang didasarkan atas penyertaan modal untuk jenis kontrak al mudharabah dan al musyarakah dengan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) yang tergantung pada besarnya keuntungan. Sedangkan penetapan keuntungan di muka diterapkan pada jenis kontrak jual-beli melalui kredit pemilikan barang (*al mudharabah dan al bai'u bithaman ajil*), sewa guna usaha (*al ijarah*), serta kemungkinan rugi dan jenis kontrak tersebut amat kecil.
- 4) Pengerahan dana masyarakat dalam bentuk deposito/tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan (*al wadiah*). Sedangkan bagi bank dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada proyek yang dibiayai bank yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga kepada penyimpan tidak dijanjikan imbalan yang pasti (*fixed return*).
- 5) Bank Syariah tidak menerapkan jual-beli atau sewa-menyewa uang dari mata uang yang sama, yang dari transaksi itu dapat menghasilkan keuntungan.. Jadi mata uang yang sama tidak dapat dipakai sebagai barang (komoditi). Oleh karena itu dalam pemberian pinjaman pada umumnya tidak memberikan pinjaman

dalam bentuk tunai, tetapi dalam bentuk pembiayaan pengadaan barang.

- 6) Adanya pos pendapatan berupa rekening pendapatan non halal sebagai hasil dari transaksi dengan bank konvensional yang tentunya menerapkan sistem bunga.
- 7) Adanya Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasionalisasi bank dari sudut syariah.
- 8) Produk Bank Syariah selalu menggunakan istilah dari bahasa Arab dimana istilah tersebut telah dicantumkan di dalam kitab Fiqh Islam.
- 9) Adanya produk khusus yang tidak terdapat pada bank konvensional yaitu kredit tanpa beban yang murni bersifat sosial, dimana nasabah tidak ada kewajiban untuk mengembalikannya.
- 10) Fungsi khusus dari bank syariah yaitu fungsi amanah yang artinya berkewajiban menjaga dan bertanggungjawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana tersebut ditarik kembali sesuai dengan perjanjian.

c. Produk-Produk Bank Syariah

Produk Perbankan syariah, dapat dibagi menjadi :

- 1) Penyaluran dana
 - a) Ba'i (jual beli)
 - i. Murabahah

Murabahah adalah transaksi jual beli, dimana bank mendapat sejumlah keuntungan. Dalam hal ini, bank menjadi penjual dan nasabah menjadi pembeli.

ii. Salam

Salam adalah transaksi jual beli, dimana barangnya belum ada, sehingga barang yang menjadi objek transaksi tersebut diserahkan secara tangguh. Dalam transaksi ini, bank menjadi pembeli dan nasabah menjadi penjual.

iii. Istishna

Alur transaksi Istishna mirip dengan Salam, hanya saja dalam Istishna, Bank dapat membayar harga pembelian dalam beberapa kali termin pembayaran.

b) Ijarah (sewa)

Secara prinsip, Ijarah sama dengan transaksi jual beli, hanya saja yang menjadi objek dalam transaksi ini adalah dalam bentuk manfaat. Pada akhir masa sewa dapat saja diperjanjian bahwa barang yang diambil manfaatnya selama masa sewa akan dijual belikan antara Bank dan nasabah yang menyewa (*Ijarah muntahhiyah bittamlik*/sewa yang diikuti dengan berpindahnya kepemilikan)

c) Syirkah

i. Musyarakah

Musyarakah adalah bentuk umum dari usaha bagi hasil. Dalam kerjasama ini para pihak secara bersama-sama memadukan sumber daya baik yang berwujud ataupun tidak berwujud untuk menjadi modal proyek kerjasama, dan secara bersama-sama pula mengelola proyek kerjasama tersebut.

ii. Mudarabah

Mudarabah adalah salah satu bentuk spesifik dari Musyarakah. Dalam Mudarabah, salah satu pihak berfungsi sebagai *Shahibul Mal* (pemilik modal) dan pihak yang lain berperan sebagai *Mudharib* (pengelola).

d) Akad Pelengkap

i. Hiwalah

Hiwalah adalah transaksi pengalihan utang piutang. Dalam praktek perbankan syariah, fasilitas hiwalah lazimnya untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya, sedangkan bank mendapat ganti biaya atas jasa.

ii. Rahn

Rahn, dalam bahasa umum lebih dikenal dengan Gadai. Tujuan akad Rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

iii. Qardh

Qardh adalah pinjaman uang. Misalnya dalam hal seorang calon haji membutuhkan dana pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyetoran biaya perjalanan haji. Bank memberikan pinjaman kepada nasabah calon haji tersebut dan si nasabah melunasinya sebelum keberangkatan Hajinya.

iv. Wakalah

Wakalah dalam praktek Perbankan syariah terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.

v. Kafalah

Kafalah dalam bahasa umum lebih dikenal dengan istilah Bank Garansi, yang ditujukan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai Rahn. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip wadi'ah. Bank mendapatkan pengganti biaya atas jasa yang diberikan

2) Penghimpun dana

a) Wadi'ah

Prinsip Wadi'ah yang diterapkan dalam Perbankan syariah adalah *Wadiah Yad Dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro.

Dalam konsep *Wadi'ah Yad Dhamanah*, Bank dapat mempergunakan dana yang dititipkan, akan tetapi bank bertanggung jawab penuh atas keutuhan dari dana yang dititipkan.

b) Mudharabah

i. Mudarabah Mutlaqah

Mudarabah Mutlaqah adalah Mudarabah yang tidak disertai dengan pembatasan penggunaan dana dari *Sahibul Mal*.

ii. Mudarabah Muqayadah on Balance Sheet

Mudarabah Muqayadah on Balance Sheet adalah Aqad Mudarabah yang disertai dengan pembatasan penggunaan dana dari *Sahibul Mal* untuk investsi-investasi tertentu.

iii. Mudarabah of Balance Sheet

Dalam *Mudarabah of Balance Sheet*, Bank bertindak sebagai *arranger*, yang mempertemukan nasabah pemilih modal dan nasabah yang akan menjadi *mudharib*.

c) Wakalah

Wakalah dalam praktek perbankan syariah dilakukan apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti inkaso dan transfer uang.

3) Jasa Perbankan

a) Sharf (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *Sharf*, sepanjang dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

b) *Ijarah* (Sewa)

Jenis kegiatan *Ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata-laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

2. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu bagian dari perilaku manusia dan oleh karena itu tidak dapat dipisahkan dari bagiannya. Dalam bidang pemasaran studi tentang perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui selera konsumen yang senantiasa berubah dan untuk mempengaruhinya agar bersedia untuk membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka butuhkan.

Perusahaan berkepentingan dengan setiap kegiatan manusia dalam sistem ini perilaku konsumen merupakan kegiatan manusia, sehingga membicarakan perilaku konsumen berarti membicarakan ruang lingkup kegiatan manusia hanya dalam ruang lingkup yang lebih terbatas. Lebih lanjut Swasta memberikan definisi perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam

mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan (Swasta dkk, 1987; 8-10).

Menurut Engel (1994; 3) berpendapat bahwa perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang menghabiskan dan yang menyusuli tindakan ini.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Kotler (2000) menyebutkan dalam Simamora (2002:6), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain : faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologis.

Gambar 1
Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Kebudayaan				
Kultur	Sosial			
	Kelompok Acuan	Personal	Psikologis	
Sub-Kultur	Keluarga	Usia dan tahap daur hidup	Motivasi	Pembeli
		Jabatan keadaan ekonomi Gaya hidup Kepribadian dan konsep diri	Persepsi	
Kelas Sosial	Peran dan Status Sosial		Belajar	
			Kepercayaan dan Sikap	

Sumber : Kotler (2000)

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku, peran budaya, sub-budaya, kelas sosial yang sangat penting:

a) Kultur

Kultur adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang.

b) Sub-Budaya

Merupakan identifikasi dari sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya, ada empat macam sub-budaya yakni terdiri dari: kelompok kebangsaan, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan kelompok wilayah geografis.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa (Kotler, 2000; 186).

2) Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial diantaranya adalah kelompok sosial dan kelompok referensi, keluarga.

1) Kelompok Acuan

Menurut Kotler (2000;187) kelompok acuan adalah seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau pengaruh perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan.

2) Keluarga

Keluarga adalah suatu unit masyarakat terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan. Keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri dari orang tua, dimana seseorang mempengaruhi suatu orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi.

3) Status dan Peran

Status dan peran berhubungan dengan kedudukan seseorang dalam masyarakat, setiap peranan yang dimainkan akan mempengaruhi perilaku pembelinya.

3) Faktor Pribadi

1) Usia dan tahap daur hidup

Kelompok memberi barang dan jasa yang berubah-ubah selama hidupnya, usia merupakan perkembangan fisik dari seseorang. Oleh karena itu oleh tahapan perkembangan pasti membutuhkan makanan, pakaian yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi terhadap perilaku pembelian.

2) Keadaan Ekonomi

Seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pemilihan produk. Keadaan ekonomi seseorang yang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan kekayaan, dan kemampuan meminjam dan sikapnya terhadap mengeluarkan.

3) Pekerjaan

Pola konsumsi yang berhubungan dengan perlengkapan kerja dan kebutuhan lain yang terkait dengan pekerjaannya.

4) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis yang berpengaruh terhadap perilaku seorang konsumen meliputi beberapa unsur penting yaitu motivasi, belajar, kepribadian dan konsep diri, sikap yang meliputi:

1. Motivasi

Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan.

2. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

3. Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar. Secara teori, pembelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan, isyarat, tanggapan, dan penguatan.

4. Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu, sedangkan sikap adalah organisasi dari motivasi, perasaan emosional, persepsi, dan proses kognitif depada suatu aspek. Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan

mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli.

3. Pengambilan Keputusan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Amirullah (2002:61) pengambilan keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Sedangkan menurut salusu (1996:47) pengambilan keputusan ialah proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi. Pengambilan keputusan memerlukan satu seri tindakan, membutuhkan beberapa langkah. Dapat saja langkah-langkah itu terdapat dalam pikiran seseorang yang sekaligus mengajaknya berpikir sistematis.

Suatu aturan kunci dalam pengambilan keputusan ialah “sekali kerangka yang tepat sudah diselesaikan, keputusan harus dibuat”. Dan, sekali keputusan dibuat sesuatu mulai terjadi. Dengan kata lain, keputusan mempercepat diambilnya tindakan, mendorong lahirnya gerakan dan perubahan. Jadi, aturan ini menegaskan bahwa harus ada tindakan yang dibuat kalau sudah tiba saatnya dan tindakan itu tidak dapat ditunda. Sekali keputusan dibuat, harus diberlakukan dan kalau

tidak, sebenarnya ia bukan keputusan, tetapi lebih tepat dikatakan suatu hasrat, niat yang baik (Salusu, 1996:48).

Selain itu menurut Marimin (2004:10) dalam mengambil keputusan seseorang seringkali dihadapkan pada berbagai kondisi antara lain unik, tidak pasti, jangka panjang dan kompleks. Yang dimaksud dalam kondisi unik adalah masalah tersebut tidak mempunyai preseden dan di masa depan mungkin tidak akan berulang kembali. Tidak pasti maksudnya bahwa faktor-faktor yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki kadar ketahuan atau informasi yang sangat rendah. Jangka panjang maksudnya bahwa implikasinya memiliki jangkauan yang cukup jauh ke depan dan melibatkan sumber-sumber usaha yang penting. Adapun kompleks yaitu dalam pengertiannya preferensi pengambilan keputusan atas resiko dan waktu memiliki peranan yang besar.

b. Tingkat-Tingkat Keputusan

Menurut Salusu (2006:53), Setiap keputusan mempunyai kehebatan yang berbeda-beda. Ada keputusan yang tidak mempunyai makna, sebaliknya ada yang mempunyai makna global yang luar biasa. Ada keputusan yang sangat sederhana, ada yang sangat kompleks. Brinckloe (1977) menawarkan bahwa sebenarnya ada empat tingkat keputusan, yaitu (1) *automatic decisions*, (2) *expected information decision*, (3) faktor *weighting decision* dan (4) *dual uncertainty decision*. Setiap keputusan, menurutnya, jatuh dalam salah satu kategori itu.

1) Keputusan otomatis (*Automatic decision*)

Keputusan ini dibuat dengan sangat sederhana. Meski ia sederhana, informasi tetap diperlukan. Hanya, informasi yang ada itu sekaligus melahirkan satu keputusan. Misalnya, seorang pengemudi mobil yang memperoleh informasi diperempatan jalan berupa lampu merah, akan membuat keputusan otomatis berhenti. Informasi itu identik dengan keputusan. Setiap pengemudi lain akan membuat keputusan yang sama apabila dihadapkan dengan informasi serupa.

2) Keputusan berdasar informasi yang diharapkan (*expected information decision*)

Tingkat informasi disini mulai sedikit kompleks, artinya informasi yang ada sudah member abab-aba untuk mengambil keputusan. Akan tetapi, keputusan belum segera dibuat, karena informasi itu masih perlu dipelajari. Setelah hasil studi diketahui, keputusan langsung dibuat, sama seperti keputusan otomatis.

3) Keputusan berdasar berbagai pertimbangan (*faktor weighting decision*)

Keputusan jenis ini lebih kompleks lagi. Lebih banyak informasi yang diperlukan. Informasi-informasi itu harus dikumpulkan dan

dianalisis. Faktor-faktor yang berperan dalam informasi itu dipertimbangkan dan dibandingkan, kemudian dicari yang paling banyak memberi keuntungan atau kesenangan. Misalnya, seseorang yang hendak membeli arloji, akan membandingkan harganya, kualitasnya, penampilan atau modelnya, nilai arloji itu, yaitu sejauh mana arloji itu memiliki makna yang berarti baginya. Bahkan bukan hanya membandingkan arloji itu di satu toko, tetapi ia akan bolak balik di antara beberapa toko. Mungkin ia memerlukan beberapa jam bahkan beberapa hari sebelum menjatuhkan putusan membeli arloji yang diinginkan.

4) Keputusan berdasar ketidakpastian ganda (*dual uncertainty decisions*)

Keputusan tingkat empat ini merupakan keputusan yang paling kompleks. Jumlah informasi yang masih akan diharapkan, terdapat ketidakpastian. Itulah sebabnya dikatakan "dual uncertainty," ketidakpastian ganda. Semakin luas ruang lingkup dan semakin jauh dampak dari suatu keputusan, semakin banyak informasi yang dibutuhkan dan semakin tinggi ketidakpastian itu. Oleh karena itu, keputusan-keputusan semacam itu sering mengandung resiko yang jauh lebih besar dari pada keputusan-keputusan tingkat dibawahnya.

Ketidakpastian itu merupakan satu karakteristik utama dan *tough decisions*. Dalam situasi seperti itu terdapat keragu-raguan dan kekurangtepatan membuat prediksi mengenai informasi yang kritis. Selain itu, pembuat keputusan kurang dapat memisahkan informasi-informasi itu ke dalam kategori yang relevan dan yang tidak relevan.

c. Kategori Keputusan

Menurut Nutt (1989) dalam Salusu (2006), Ditinjau dari sudut perolehan informasi dan cara memproses informasi, keputusan dapat pula dibagi dalam empat kategori.

1) Keputusan Representasi

Suatu keputusan dapat disebut keputusan representasi (*Representational decisions*) apabila pengambil keputusan menghadapi informasi yang cukup banyak, dan mengetahui dengan tepat bagaimana memanipulasikan informasi tersebut. Dengan begitu, akan lebih mudah dibuatkan model sehingga model itu mewakili informasi yang tersedia. Keputusan ini banyak menggunakan model-model matematik seperti *operations research*, *cost-benefit analysis*, dan simulasi. Di dalam keputusan ini ambiguitas dapat diketahui dan dikendalikan, konflik dapat diatasi, dan ketidakpastian dapat diselesaikan dengan metode matematik.

2) Keputusan empiris

Suatu keputusan yang miskin informasi tetapi memiliki cara yang jelas untuk memproses informasi pada saat informasi itu diperoleh, disebut keputusan empiris (*empirical decisions*). Pada keputusan ini terdapat ambiguitas serta konflik yang potensial mengenai informasi mana yang harus dicari dan bagaimana menduga serta memprakirakan peristiwa-peristiwa yang tidak pasti. Tugas utama dari pengambil keputusan di sini ialah mencari informasi lagi.

3) Keputusan informasi

Suatu situasi yang kaya informasi, tetapi diliputi kontroversi tentang bagaimana memproses informasi itu, akan menghasilkan apa yang disebut keputusan informasi (*information decisions*). Konflik muncul ketika lahir perbedaan tentang informasi mana yang akan diproses dan yang akan digunakan untuk membuat prediksi-prediksi. Integrasi pemikiran di antara para pengambil keputusan terutama cara menangani informasi, diperlukan untuk meluruskan jalan kepada pembuatan keputusan yang baik.

4) Keputusan eksplorasi

Istilah ini muncul karena situasi itu miskin dengan informasi dan tidak ada kata sepakat tentang cara yang hendak dianut untuk memulai mencari informasi. Ambiguitas muncul terutama

tentang dari mana usaha pembuatan keputusan hendak dimulai dan ada perasaan khawatir akan terjadi konflik karena tidak tersedia cara untuk mengantisipasi sasaran-sasaran potensial. Dalam hal ini harus ada eksplorasi yang dilakukan untuk menemukan informasi yang tepat.

Klasifikasi tipe-tipe keputusan ini menurut Nutt dapat pula dipandang mewakili tingkat-tingkat keputusan. Pertama, pengambilan keputusan tidak menghadapi masalah yang serius. Sasaran jelas dan pencapaiannya tidak banyak mengalami kesulitan. Kedua, konteks situasi dari keputusan empirical mulai tampil ke permukaan. Sasaran dari pengambilan keputusan harus jelas dan disesuaikan dengan situasi lingkungan yang semakin penting. Ketiga, konteks situasi dan keputusan informasi yang semakin serius. Di sini preferensi dari para pengambil keputusan tidak dapat diperkirakan dan bisa berubah-ubah sewaktu-waktu. Pada tingkat keempat, yaitu tingkat terakhir, konteks situasi dari keputusan eksplorasi adalah yang paling sulit. Semua situasi serba tidak menentu dan para pemain kunci dari pengambilan keputusan yang mempunyai kepentingan berbeda-beda sulit dikendalikan.

d. Teknik Pengambilan Keputusan

Menurut Salusu (2006:62) pengambilan keputusan meliputi antara lain hal-hal yang berhubungan dengan pengumpulan fakta. Berbagai teknik dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu masalah, tetapi dapat juga dengan menggantungkan diri pada para ahli atau konsultan. Cara apapun dipakai, tidak ada yang murni objektif, tetapi selalu mengandung unsur bias pada pihak pembuat keputusan karena tergantung pada nilai keputusan dan pada penerimaan informasi tertentu sebagai fakta.

Teknik pengambilan keputusan yang diperkenalkan didalam berbagai literature cukup bervariasi tetapi pada umumnya dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis, yaitu teknik tradisional dan teknik modern. Untuk setiap klasifikasi keputusan yang sudah dijelaskan terdahulu, dapat digunakan teknik-teknik yang berbeda-beda sebagaimana yang dirangkumkan oleh McGrew (1985) sebagai berikut.

a. Keputusan terprogram:

Tradisional:

- 1) Kebiasaan;
- 2) Pekerjaan rutin sehari-hari, prosedur operasional yang baku;
- 3) Struktur organisasi; ada harapan bersama; melalui perumusan sub-sub tujuan; dengan menggunakan saluran informasi yang terumus dengan jelas.

Modern:

- 1) Riset operasional; analisis matematik; model-model; simulasi komputer;
- 2) Proses data elektronik.

b. Keputusan tidak terprogram:

Tradisional:

- 1) *Heuristic*, yaitu mendorong seseorang untuk mencari dan menemukan sendiri intuisi, kreativitas;
- 2) *Rule of thumbs*, yaitu suatu prosedur praktis yang tidak menjamin penyelesaian optimal;
- 3) Dengan seleksi dan latihan bagi para eksekutif.

Modern:

- 1) Menyenggarakan pelatihan bagi para pengambil keputusan;
- 2) Dengan menciptakan program-program komputer.

e. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan.

Teori pengambilan keputusan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini difokuskan hanya pada pengaruh-pengaruh yang mungkin terhadap proses pengambilan keputusan konsumen yang terdiri 3 faktor, yaitu faktor Pribadi, faktor psikologis, dan faktor sosial (Pride dan ferrel, 1995:211),

a. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah faktor yang unik untuk orang tertentu. Berbagai faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian ada tiga, yaitu faktor demografi, faktor situasional dan faktor tingkat keterlibatan.

- 1) Faktor demografi adalah ciri-ciri individual seperti jenis kelamin, usia, ras, suku bangsa, pendapatan, siklus kehidupan keluarga, dan pekerjaan. Faktor-faktor demografi berkaitan dengan siapa yang terlibat dalam pengambilan keputusan keluarga.
- 2) Faktor situasional adalah keadaan atau kondisi eksternal yang ada ketika konsumen membuat keputusan pembelian. Kadang-kadang seorang konsumen terlibat dalam pengambilan keputusan pembelian sebagai akibat dari suatu situasi yang tidak diperkirakan sebelumnya. Misalnya, seseorang kemungkinan tergesa-gesa membeli tiket pesawat terbang untuk menjenguk anggota keluarga yang sakit keras.
- 3) Faktor tingkat keterlibatan, banyak aspek dalam keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi tingkat keterlibatan individual pentingnya produk dan besar minat terhadap produk dalam situasi tertentu.

b. Faktor-faktor Psikologis

Faktor-faktor psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain persepsi, motif, Sikap, kemampuan dan pengetahuan, dan kepribadian

- 1) Persepsi adalah proses pemilihan., pengorganisasian, dan penginterpretasian masukan informasi untuk menghasilkan makna. Masukan informasi adalah sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman, dan sentuhan. Ketika kita mendengar sebuah iklan, melihat seorang teman, mencium polusi udara atau air, atau menyentuh sebuah produk, kita menerima masukan informasi.
- 2) Motif adalah kekuatan energi internal yang mengarahkan kegiatan seseorang ke arah pemenuhan kebutuhan atau pencapaian sasaran. Motivasi adalah sekelompok mekanisme untuk pengendalian gerakan ke arah sasaran ini. Tindakan seorang pembeli pada setiap saat dipengaruhi oleh sekelompok motif, dan bukan hanya satu motif.
- 3) Sikap merujuk pada pengetahuan dan perasaan positif atau negatif terhadap sebuah obyek atau kegiatan tertentu.
- 4) Kemampuan dan pengetahuan. Kemampuan yaitu kesanggupan dan efisiensi dalam melakukan tugas-tugas tertentu, kemampuan yang diminati oleh pemasar adalah kemampuan seorang individu untuk belajar. Sedangkan Pengetahuan merupakan aspek lain dari

kemampuan seorang individu. Pengetahuan terdiri dari dua komponen yaitu pengenalan akan produk dan keahlian yang merupakan kemampuan individu untuk menggunakan produk.

- 5) Kepribadian adalah semua ciri internal dan perilaku yang membuat seseorang itu unik. Setiap kepribadian yang unik dari seseorang ini berasal dari keturunan dan pengalaman pribadi.

c. Faktor-faktor Sosial

Faktor-faktor Sosial yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain peran dan pengaruh keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya dan sub-budaya.

- 1) Peran dan pengaruh keluarga, peran merupakan sekelompok tindakan dan kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan oleh seseorang dalam posisi tertentu, peran keluarga berkaitan secara langsung dengan keputusan-keputusan pembelian.
- 2) Kelompok referensi adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang (Sumarwan, 2004:250).
- 3) Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang terbuka untuk para individu yang memiliki tingkat sosial yang serupa.
- 4) Budaya dan sub-budaya. Budaya adalah segala sesuatu di sekitar kita yang dibuat oleh manusia. Budaya terdiri dari berbagai benda berwujud, seperti makanan, perabotan, bangunan, pakaian, dan

peralatan, serta konsep-konsep yang tidak berwujud, seperti pendidikan, kesejahteraan, dan hukum.

4. Pengambilan Keputusan Dalam Perspektif Islam

Menurut pandangan islam mengenai pengambilan keputusan tersebut berdasarkan Q.S. Al-Maidah ayat 100 yaitu :

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ ۚ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ
تُفْلِحُونَ

Artinya : "Katakanlah : tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."

Dalam Antonio (2001:153) dijelaskan bahwa dalam Al-Qur'an juga terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok lebih baik yaitu ayat yang berhubungan dengan menabung. Allah SWT Berfirman dalam Q. S. An-Nisa' ayat 9 yaitu :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا
سَدِيدًا

Artinya : " Dan, hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggal di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang khawatir terhadap kesejahteraan mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar." (Q.S. An-Nisa':9).

Selain itu, landasan syariah yang digunakan sebagai dasar melakukan simpanan yaitu surat An-Nisa' ayat 58 : (Antonio, 2001:85)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya (Q.S. An-Nisa':58)

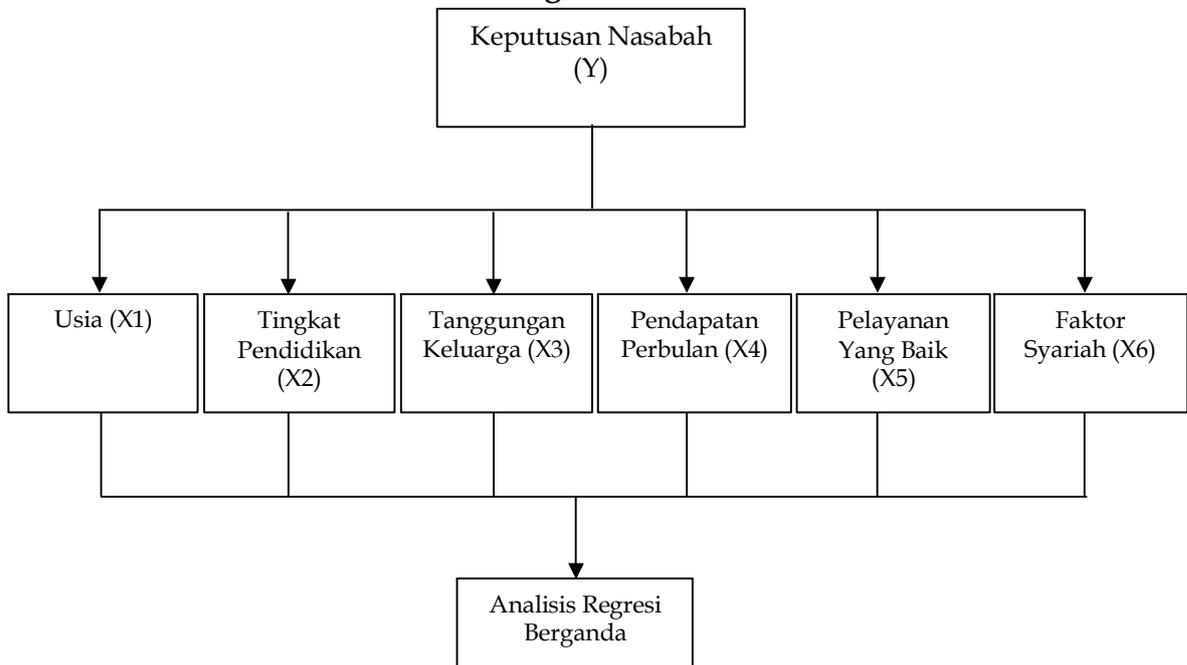
Riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Para ahli tafsir berpendapat bahwa pengambilan bunga dengan tingkat yang cukup tinggi merupakan fenomena yang banyak dipraktikkan. Allah berfirman dalam surat Al-Imran ayat 130 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

C. Kerangka berpikir

Gambar 2
Kerangka Berfikir



Bahwa seorang konsumen berhak untuk menentukan pilihannya termasuk memilih bank untuk menabung atau akses pada bank tersebut. Khusus pada bank muamalat ada banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menabung, di antaranya adalah faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, dan faktor syariah. Hal ini didasarkan pada kondisi riil bahwa banyak faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menabung, akan tetapi dugaan kuat pada penelitian ini yaitu enam faktor tersebut menjadi pertimbangan yang utama sebagaimana yang diuraikan oleh kotler (2000) dan Sumarwan (2004).

D. Hipotesis

H1 = Diduga bahwa secara simultan faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang.

Ho = Diduga bahwa secara simultan faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang.

H1 = Diduga bahwa secara parsial faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang.

Ho = Diduga bahwa secara parsial faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Atau Obyek Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Bank Muamalat cabang Malang Jalan Kawi Atas No. 36A. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober tahun 2008.

B. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Suharsimi Arikunto (2002), penelitian kuantitatif, sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Selain data yang berupa angka, dalam penelitian kuantitatif juga ada data berupa informasi kualitatif.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995: 3).

C. Populasi dan sampel

Populasi adalah sekelompok yang menjadi sasaran. Menurut Sugiyono (2005:72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dari definisi yang dikemukakan tersebut peneliti memutuskan untuk mengambil populasi penelitian dengan sasaran atau obyek yaitu nasabah yang telah resmi memiliki rekening (tabungan).

Menurut Sugiyono (2005:73), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi sampel adalah himpunan bagian atau bagian dari populasi.

D. Teknik pengambilan sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* (pengambilan sampel secara kebetulan). *Accidental sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan yang ditemui atau siapa pun yang dipandang oleh peneliti cocok sebagai sumber data. Misalkan, kita akan mewawancarai nasabah suatu bank, maka kita tetapkan siapa yang dapat kita temui dikantor bank dan betul-betul mempunyai rekening di bank (nasabah bank). (Sumarni dan wahyuni. 2006: 78)

Dalam penelitian ini dengan adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti menggunakan metode penentuan sampel dari populasi yang ada dengan menggunakan rumus slovin (dalam Umar 2003:141), sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana n = ukuran sampel

 N = ukuran populasi

 e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Dengan demikian dapat diketahui jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{46966}{1 + 46966(0,1)^2}$$

$$n = 99,78$$

Akan tetapi jumlah sampel yang diambil adalah 132 orang, karena semakin banyak sampel yang diambil semakin mendekati kebenaran.

E. Data dan sumber data

Menurut Arikunto (2002: 96) data adalah hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka. Atau sejumlah informasi yang

dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan. Data sendiri terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. (Hasan, 2006:19). Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden tentang beberapa variabel yang diteliti dengan nasabah tabungan.

2. Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian yang terdahulu (Hasan, 2006:19). Data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen tentang profil, sejarah, fasilitas, *job description* dan struktural dari Bank Muamalat cabang malang.

F. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan untuk memperoleh data dan informasi yang relevan dan terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Metode observasi disebut juga sebagai pengamatan yang meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi lokasi penelitian dan kondisi nasabah yang ada di Bank Muamalat cabang Malang.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi menurut Arikunto (2002) adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, dan sebagainya. Proses dokumentasi ini dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi tentang jumlah nasabah tabungan bank muamalat cabang malang dan informasi tentang lokasi penelitian tersebut.

3. Kuisisioner

Dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan dengan kuisisioner yaitu pengambilan data dimana pihak peneliti membuat daftar pertanyaan-pertanyaan dan kemudian diberikan pada responden untuk dijawab. Adapun hal-hal yang harus diperhatikan sebelum kuisisioner disusun (Arikunto,2002:200) yaitu:

- a) Merumuskan tujuan yang akan dicapai dengan kuisisioner
- b) Mengidentifikasi variabel yang akan dijadikan sasaran kuisisioner
- c) Menjabarkan setiap variabel menjadi sub variabel yang lebih spesifik dan tunggal
- d) Menentukan jenis data yang akan dikumpulkan, sekaligus untuk menentukan teknik analisisnya

Penentuan sampel sebagai responden kuisisioner perlu mendapat perhatian pula. Apabila salah menentukan sampel, informasi yang kita butuhkan barang kali tidak kita peroleh secara maksimal. Kuisisioner disini akan diberikan kepada para nasabah tabungan, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah pada Bank Muamalat cabang Malang.

G. Definisi operasional variabel

1. Variabel Bebas

Dalam penelitian ini terdapat enam variabel bebas, yaitu: **usia (X1)** yaitu umur sekarang (tahun), **tingkat pendidikan (X2)** yaitu lamanya mengenyam pendidikan dalam tahun, **tanggung keluarga (X3)** yaitu kewajiban untuk mengurus dan memelihara anggota keluarga dalam jumlah, **pendapatan perbulan (X4)** yaitu penghasilan bersih perbulan yang diterima kepala rumah

tangga (rupiah), **pelayanan yang baik (X5)** meliputi keandalan (X5.1), daya tanggap (X5.2), jaminan (X5.3), empati (X5.4), bukti langsung (X5.5); **faktor syariah (X6)** meliputi nisbah bagi hasil yang tinggi (X6.1), larangan agama tentang bunga bank (X6.2).

2. Variabel Terikat

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah **pengambilan keputusan (Y)**, yaitu tindakan yang diambil seseorang melalui proses pertimbangan dalam memecahkan masalah.

Tabel 2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item
1	Usia (X1)	Usia responden	Usia anda sekarang:
2	Tingkat pendidikan (X2)	Jenjang pendidikan	Pendidikan terakhir / sekarang: a) SD / MI b) SLTP/Sederajat c) SMU/Sederajat d) Perguruan Tinggi (S1, S2, S3, D1, D2, D3) lain-lain
3	Tanggungan keluarga (X3)	Jumlah individu yang wajib untuk diurus dan dirawat	Jumlah anggota keluarga yang masih butuh anda biayai : a. Tidak ada b. 1 orang c. 2 orang d. 3 orang e. Diatas 4 orang
4	Pendapatan perbulan (X4)	Jumlah penghasilan yang diperoleh dalam jangka waktu 1bulan	Pendapatan anda perbulan: a. Dibawah 500.000 b. 500.000 - 1.000.000 c. 1.000.000 - 2.000.000 d. 2.000.000 - 4.000.000

			e. Diatas 4.000.000
5	Pelayanan yang baik (X5)		
	Kendalan (X5.1)	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan waktu • Kecepatan dalam pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank muamalat setiap harinya melayani nasabah tepat pukul 08.00 WIB • Karyawan dengan cepat melayani nasabah.
	Daya tanggap (X5.2)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesiediaan membantu pelanggan • Kemudahan pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kesiediaan petugas (satpam, teller, customer service, dll) untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan nasabah. • Kemudahan dalam memperoleh informasi
	Jaminan Keamanan (X5.3)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan dan pengetahuan karyawan • Dapat dipercaya • Fasilitas keamanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Keahlian petugas (satpam, teller, customer service, dll) dalam menangani kesulitan yang dialami nasabah • Sikap petugas (satpam, teller, customer service, dll) ketika memberikan pelayanan • Terdapat petugas keamanan yang berjaga di bank muamalat
	Empaty (X5.4)	<ul style="list-style-type: none"> • Perhatian terhadap pelanggan • Tatakrma kepada pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya komunikasi yang baik antar petugas bank dengan nasabah • Sikap ramah kepada nasabah
	Bukti langsung (X5.5)	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas • Penampilan eksterior dan interior 	<ul style="list-style-type: none"> • Kelengkapan fasilitas pendukung (sarana dan prasarana) • Kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan.

			<ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan dan kerapihan petugas
6	Syariah (X6)		
	nisbah bagi hasil yang tinggi (X6.1)	Nilai besarnya rasio bagi hasil berdasarkan jumlah	<ul style="list-style-type: none"> • Keuntungan yang diperoleh dari bagi hasil yang tinggi • Keuntungan yang diperoleh dari bagi hasil sesuai dengan syariat islam
	larangan agama tentang bunga bank (X6.2)	Kepercayaan bahwa Bunga bank sama dengan riba	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak adanya bunga bank • Bebas dari unsur riba
	Variabel	Indikator	Item
1	Pengambilan keputusan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Menabung karena lokasi • Menabung karena kualitas produk • Menabung karena pelayanan yang baik • Menabung karena sesuai dengan syariat Islam 	<ul style="list-style-type: none"> • Menabung di bank muamalat karena lokasi yang strategis. • Menggunakan produk bank muamalat karena kulaitas produk yang bagus • Menabung di bank muamalat karena pelayanan yang bagus • Menggunakan produk di bank muamalat karena sesuai dengan syariat Islam

Sumber : Ujang Sumarwan (2004), W. Pride dan O.C. Ferrel (1993)

H. Validitas dan Reliabilitas

a) Validitas

Menurut Azwar (2007:5) Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Sedangkan Suryabrata

(2005:60) mendefinisikan validitas instrument adalah sejauh mana instrument itu merekam/mengukur apa yang dimaksud untuk direkam/diukur.

Adapun rumus yang digunakan untuk menguji tingkat validitas instrument dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *korelasi product moment* (Azwar, 2007:19) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)/n}{\sqrt{[\sum X^2 - (\sum X)^2/n][\sum Y^2 - (\sum Y)^2/n]}}$$

Sebagaimana halnya dalam penafsiran koefisien reliabilitas, interpretasi koefisien validitas pun bersifat relative. Tidak ada batasan universal yang menunjuk kepada angka minimal yang harus dipenuhi agar suatu skala psikologi dikatakan valid.

Suatu hal yang harus disadari, bahwa dalam estimasi validitas pada umumnya tidak dapat dituntut suatu koefisien yang tinggi sekali sebagaimana halnya dalam interpretasi koefisien reliabelitas. Koefisien validitas yang tidak begitu tinggi, katakanlah berada disekitar angka 0,50; akan lebih dapat diterima dan dianggap memuaskan daripada koefisien reliabelitas dengan angka yang sama. Namun apabila koefisien validitas itu kurang daripada 0,30 biasanya dianggap sebagai tidak memuaskan.

Terhadap pertanyaan mengenai berapa tinggi koefisien validitas yang dianggap memuaskan, Cronbach dalam Azwar mengatakan

bahwa jawabannya yang paling masuk akal adalah “*yang tertinggi yang dapat anda peroleh*”. Hal ini dipertegas lagi olehnya dalam kaitan dengan fungsi tes untuk memprediksi hasil suatu prosedur seleksi. Dikatakannya bahwa koefisien yang berkisar antara 0,20 sampai dengan 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu lembaga pelatihan.

Butir-butir instrumen yang tidak valid tidak diadakan revisi melainkan dihilangkan dengan pertimbangan:

- a. Jumlah dan muatan butir item cukup representatif untuk menjangkau data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan.
- b. Item-item yang tidak valid telah terwakili oleh item-item yang valid.

b) Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliabel*). Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu

pengukuran dapat dipercaya. Hal ini ditunjukkan oleh taraf keajegan (konsisten) skor yang diperoleh oleh para subjek yang diukur dengan alat yang sama, atau diukur dengan alat yang setara pada kondisi yang berbeda. (Prasetyo. 2007:104)

Menurut Suryabrata (2005:37), adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Dengan keterangan:

α = koefisien reliabilitas

n = banyaknya bagian (potongan es)

V_i = varians tes bagian I ang panjangnya tak ditentukan

V_t = varians skor total (perolehan)

Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer versi SPSS (*statistical product and service solution*) 11.5 for windows.

Lepas daripada teknik dan rumusan hitung yang digunakan, reliabelitas hasil ukur skala psikologi dinyatakan oleh koefisien reliabelitas yang perlu difahami maknanya. Seperti telah dikemukakan sebelumnya, reliabelitas menunjuk kepada taraf keterpercayaan atau taraf konsistensi hasil ukur. Pada umumnya, reliabelitas telah dianggap memuaskan bila koefisiennya mencapai

minimal $r_{xx'} = 0,900$. Namun demikian, kadang-kadang suatu koefisien yang tidak setinggi itu pun madsih dianggap cukup berarti dalam kasus tertentu, terutama bila skala yang bersangkutan digunakan bersama-sama dengan tes-tes lain dalam suatu perangkat pengukuran. (Azwar. 2007:95-96)

Karena koefisien reliabelitas mencerminkan hubungan skor skala yang kita peroleh (X) dengan skor sesungguhnya yang tidak dapat kita ketahui (skor-murni) maka koefisien relibelitas 0,900 berarti perbedaan (variasi) yang tampak pada skor skala tersebut mampu mencerminkan 90% dari variasi yang terjadi pada skor-murni kelompok subjek yang bersangkutan. Dalam hal ini dapat pula kita katakan bahwa 10% dari perbedaan skor yang tampak disebabkan oleh variasi eror atau kesalahan pengukuran tersebut.

Jadi dapatlah dibayangkan makna suatu koefisien reliabelitas yang tingginya hanya 0,600 yang berarti bahwa 40% variasi skor skala tersebut cuma menampakkan variasi error.

I. MODEL ANALISIS DATA

Setelah data hasil penelitian dikumpulkan oleh peneliti (tentunya dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data), langkah selanjutnya yang dapat dilakukan oleh peneliti adalah bagaimana menganalisis data yang telah diperoleh. Langkah ini diperlukan karena

tujuan dari analisis data adalah untuk menyusun dan menginterpretasikan data (kuantitatif) yang sudah diperoleh (prasetyo. 2007:170).

Adapun analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. analisis regresi berganda

Analisis Regresi Berganda, yaitu persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Bentuk umum dari persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (purbayu. 2005:126):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Y = Pengambilan Keputusan

X1 = Usia

X2 = Tingkat Pendidikan

X3 = Tanggungan keluarga

X4 = Pendapatan Per Bulan

X5 = Pelayanan yang baik

X6 = Faktor Syariah

e = error

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka digunakanlah teknik bantuan SPSS versi 11.5 *for windows*.

2. Pengujian koefisien persamaan regresi

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik, sbb:

1) Uji F (Secara Simultan)

Dalam uji F ditunjukkan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat pada persamaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

a. Hipotesis

H_1 = Variabel usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

H_0 = Variabel usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

b. Nilai Kritis

Nilain kritis F didapat dari tabel distribusi F dengan menggunakan tingkat signifikansi 5 %

$$F_{\text{tabel}} = F(a:k-1.k(n-1))$$

c. Nilai Hitung

$$F = \frac{r^2 / K}{(1 - R) / n - k - 1}$$

Keterangan :

R = koefisien regresi

N = banyaknya sampel

d. Keputusan

Kriteria uji F :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan sebaliknya

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak.

2) Uji t (secara parsial)

Dalam uji t, ditujukan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat :

a. Hipotesis

1. H_1 = Variabel usia berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

H_0 = Variabel usia tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

2. H_1 = Variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

H_0 = Variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

3. H_1 = Variabel tanggungan keluarga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

H_0 = Variabel tanggungan keluarga tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

4. H_1 = Variabel pendapatan perbulan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

H_0 = Variabel pendapatan perbulan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

5. H_1 = Variabel pelayanan yang baik berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

H_0 = Variabel pelayanan yang baik tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

6. H_1 = Variabel faktor syariah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

H_0 = Variabel faktor syariah tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

b. Nilai Kritis

Nilai kritis t didapat dari tabel distribusi dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1)$$

c. Nilai Hitung

$$t = \frac{b}{sb}$$

keterangan :

b = Koefisien regresi parsial

sb = Standar Deviasi

d. Keputusan

Kriteria uji t :

Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima dan sebaliknya

Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_a ditolak.

BAB IV

PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

A. Latar Belakang Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada tahun 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada bulan Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar. (*www.muamalatbank.com/default.asp*)

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.

Pada akhir tahun 90an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut, Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap Kru Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.

Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat, Bank Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan

penekanan pada (i) tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham, (ii) tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak Kru Muamalat sedikitpun, (iii) pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri Kru Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan Direksi baru, (iv) peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua, dan (v) pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya, yang akhirnya membawa Bank kita, dengan rahmat Allah Rabbul Izzati, ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2004 dan seterusnya.

Hingga akhir tahun 2004, Bank Muamalat tetap merupakan bank syariah terkemuka di Indonesia dengan jumlah aktiva sebesar Rp 5,2 triliun, modal pemegang saham sebesar Rp 269,7 miliar serta perolehan laba bersih sebesar Rp 48,4 miliar pada tahun 2004.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

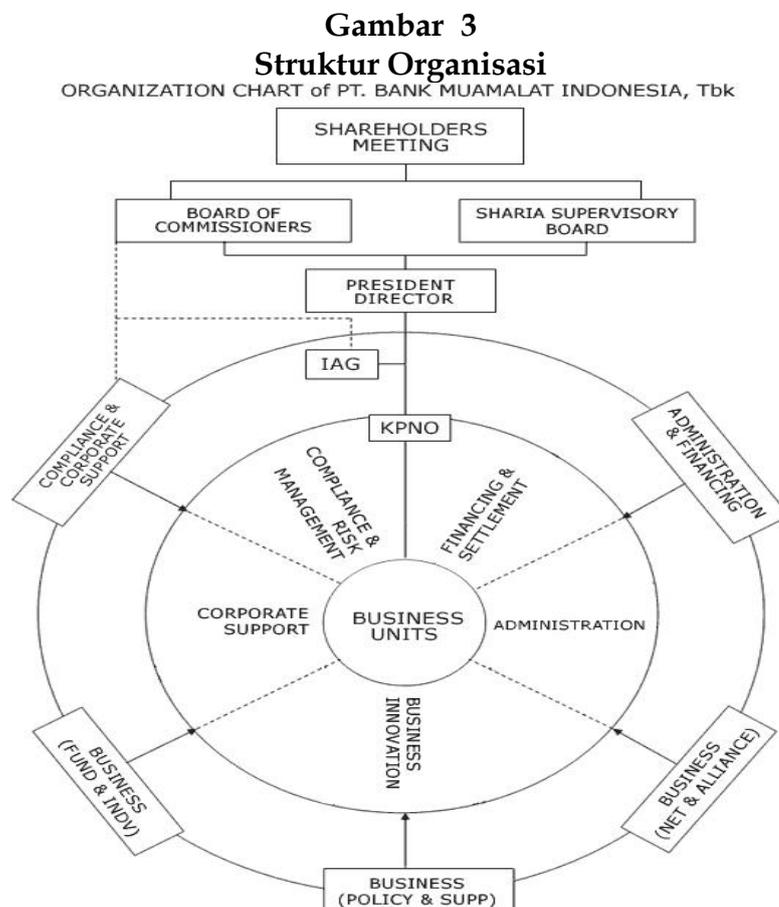
Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional. (www.muamalatbank.com/default.asp)

Misi

Menjadi ROLE MODEL Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

3. Struktur Organisasi

Adapun Struktur organisasinya adalah sesuai yang ditetapkan di Jakarta, 26 September 2006 M / 03 Ramadhan 1427 H :



sumber : (www.muamalatbank.com/default.asp)

4. Job Description

Tabel 3
Job Description

INTERNAL AUDIT GROUP	<ul style="list-style-type: none"> - Resident Auditor - Administration and Information Technology System - Data Control - Financing and Treasury - Monitoring and Audit Analysis
CORPORATE SUPPORT	<ul style="list-style-type: none"> - Corporate Secretary - Communication and Public Relation - Corporate Legal and Investor Relation - Protocolair and Internal Relation - Corporate Planning
ADMINISTRATION	<ul style="list-style-type: none"> - MIS and Tax - Personnel Administration and Logistic - Information and Technology - Technical Support and Data Center - Operation Supervision and SOP
FINANCING & SETTLEMENT	<ul style="list-style-type: none"> - Financing Supervision & SOP - F.I and Sharia Financial Institution - Financing Product Development
BUSINESS UNITS	<ul style="list-style-type: none"> - Operational Head Office - Coordinating Branches and Branches Office - DPLK
BUSINESS INNOVATION	<ul style="list-style-type: none"> - System Development and SOP - Product Development and Maintenance - Treasury - Network Alliance (POS, Da'i Muamalat, Pegadaian) - Shar-E and Gerai Optimizing - Virtual Banking Operations (Call Center and Card Center)

Sumber : (www.muamalatbank.com/default.asp)

5. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia

Produk Penyimpan dana bagi shahibul maal :

a. Tabungan Ummat

Tabungan Ummat merupakan sara investasi murni sesuai syariah dalam mata uang Rupiah yang memungkinkan Anda melakukan penyetoran dan penarikan tunai dengan sangat mudah

b. Tabungan Ummat Junior

Tabungan Umat Junior adalah Tabungan khusus untuk pelajar

c. Kartu Shar'E

Shar-E adalah investasi syariah yang dikemas khusus dalam bentuk paket perdana seharga Rp. 125.000.- dan dapat diperoleh di Kantor-Kantor Pos Online di seluruh Indonesia.

d. Tabungan Haji Arafah

Tabungan Haji Arafah merupakan jenis tabungan yang ditujukan bagi Anda yang berniat melaksanakan ibadah haji secara terencana sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu yang Anda kehendaki

e. Giro Wadiah

Giro Wadiah Bank Muamalat dalam mata uang rupiah maupun valas, pribadi ataupun perusahaan, ditujukan untuk mendukung aktivitas usaha Anda.

f. Deposito Mudharabah

Merupakan pilihan investasi dalam mata uang rupiah maupun USD dengan jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan yang ditujukan bagi Anda yang ingin berinvestasi secara halal, murni sesuai syariah. Dana Anda akan diinvestasikan secara optimal untuk membiayai berbagai macam usaha produktif yang berguna bagi kepentingan Ummat."

g. Deposito Fulinves

Merupakan pilihan investasi dalam mata uang rupiah maupun USD dengan jangka waktu 6 dan 12 bulan yang ditujukan bagi Anda yang ingin berinvestasi secara halal, murni sesuai syariah. Deposito ini dilengkapi dengan fasilitas asuransi jiwa.

h. DPLK Muamalat

Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat, merupakan Badan Hukum yang menyelenggarakan Program Pensiun, yaitu suatu program yang menjanjikan sejumlah uang yang pembayarannya secara berkala dan dikaitkna dengan pencapaian usia tertentu.

i. Piutang Murabahah

Fasilitas penyaluran dana dengan sistem jual beli. Bank akan membelikan barang-barang halal apa saja yang Anda butuhkan kemudian menjualnya kepada Anda untuk diangsur sesuai

dengan kemampuan Anda. Produk ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha (modal kerja dan investasi : pengadaan barang modal seperti mesin, peralatan, dll) maupun pribadi (misalnya pembelian kendaraan bermotor, rumah, dll)

j. Piutang Istishna'

Fasilitas penyaluran dana untuk pengadaan objek / barang investasi yang diberikan berdasarkan pesanan Anda.

k. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan dalam bentuk modal/dana yang diberikan oleh Bank untuk Anda kelola dalam usaha yang telah disepakati bersama. Selanjutnya dalam pembiayaan ini Anda dan Bank sepakat untuk berbagi hasil atas pendapatan usaha tersebut. Resiko kerugian ditanggung penuh oleh pihak Bank kecuali kerugian yang diakibatkan oleh kesalahan pengelolaan, kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah seperti penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan.

l. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan Musyarakah adalah kerjasama perkongsian yang dilakukan antara Anda dan Bank Muamalat dalam suatu usaha dimana masing-masing pihak berdasarkan kesepakatan memberikan kontribusi sesuai dengan kesepakatan bersama berdasarkan porsi dana yang ditanamkan.

m. Rahn (Gadai Syariah)

Rahn (Gadai Syariah) adalah perjanjian penyerahan barang atau harta Anda sebagai jaminan berdasarkan hukum gadai berupa emas/perhiasan/kendaraan. Anda hanya cukup mengisi dan menandatangani Surat Bukti Rahn, serta kemudian dana secepatnya dapat segera Anda terima dengan jumlah maksimal 90% dari nilai taksir terhadap barang yang diserahkan.

B. Data Hasil Penelitian

Penelitian ini mengambil responden dari nasabah tabungan Bank Muamalat cabang Malang yang berjumlah 132 orang dengan cara menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada para nasabah tabungan yang sedang menabung di Bank Muamalat cabang Malang. Penentuan jumlah responden ini didasarkan pada rumus Slovin dari populasi yang ada. Meskipun hasil sebenarnya dalam rumus Slovin diperoleh 99,78 atau 100 responden, dalam penelitian ini jumlah responden dijadikan 132 responden. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh tidak bias, hasil rumus Slovin merupakan hasil minimal (batas minimal) serta untuk mengantisipasi tidak kembalinya kuesioner yang disebarkan dan semakin banyak sampel yang diambil akan semakin mendekati kebenaran.

1. Uji Validitas

Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen item variabel X5, X6 dan Y pada penelitian yang dilakukan menggunakan program SPSS 11.5 *for Windows*. Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Product Moment* dan dianggap valid jika $P \leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan apabila $P \geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

No	Variable	Item	r	Probabilitas	Keterangan	
1.	Pelayanan yang baik (X5) Keandalan (X5.1)	X5.11	490	0,000	Valid	
		X5.12	602	0,000	Valid	
	Daya tanggap (X5.2)	X5.21	704	0,000	Valid	
		X5.22	677	0,000	Valid	
	Jaminan keamanan (X5.3)	X5.31	549	0,000	Valid	
		X5.32	646	0,000	Valid	
	Empati (X5.4)	X5.41	686	0,000	Valid	
		X5.42	630	0,000	Valid	
	Bukti Langsung (X5.5)	X5.51	722	0,000	Valid	
		X5.52	664	0,000	Valid	
		X5.53	665	0,000	Valid	
		X5.54	694	0,000	Valid	
	2	Faktor Syari'ah (X6)	X6.1	737	0,000	Valid
			X6.2	735	0,000	Valid
X6.3			740	0,000	Valid	
X6.4			786	0,000	Valid	
3	Pengambilan Keputusan (Y ₁)	Y1.1	802	0,000	Valid	
		Y1.2	821	0,000	Valid	
		Y1.3	839	0,000	Valid	
		Y1.4	694	0,000	Valid	

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item variabel pelayanan yang baik (X5), faktor syari'ah (X6), dan pengambilan keputusan (Y) mempunyai nilai $P \leq 0,05$. Ini berarti bahwa item variable pelayanan yang baik (X5) faktor syari'ah (X6) dan pengambilan keputusan (Y) dinyatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi alat ukur yang digunakan atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel jika hasil perhitungan memiliki koofisien keandalan sebesar $\geq 0,60$.

Tabel 5
Hasil uji reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	Pelayanan yang baik (X5)	0.869	Reliabel
2	Syariah (X6)	0,723	Reliabel
3	Pengambilan keputusan (Y)	0,792	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel pelayanan yang baik (X5), faktor Syari'ah (X6), dan Pengambilan Keputusan (Y) mempunyai koofisien keandalan sebesar $\geq 0,60$. Ini berarti bahwa seluruh variabel faktor internal pasien dinyatakan reliabel.

3. Analisis Regresi Berganda

Pengujian melalui regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh faktor Usia (X1), tingkat pendidikan (X2), pendapatan per bulan (X3), tanggungan keluarga (X4), pelayanan yang baik (X5), faktor Syari'ah (X6) terhadap pengambilan keputusan konsumen nasabah tabungan (Y) di Bank Muamalat Cabang Malang.

Berdasarkan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Diduga bahwa secara simultan faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang.
- b. Diduga bahwa secara parsial faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

Maka untuk menguji hipotesis di atas diperlukan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 11.5 *for windows*.

Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam perhitungan regresi linier berganda adalah 95% atau dengan tingkat signifikan 0.05 ($\alpha = 0.05$)

Pada analisis regresi linear berganda dilakukan uji F untuk simultan dan uji t untuk parsial. Berikut merupakan hasil uji dalam bentuk tabel:

Tabel 6
Rekapitulasi Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B (koefisien regresi)	Beta	t hitung	t tabel	Sig	Alpha	Hipotesis
Konstanta	6,128	-	3,281		0,001	-	-
X ₁	-0,001	-0,006	-0,081	1,960	0,936	0,05	Ditolak
X ₂	-0,226	-0,273	-3,718	1,960	0,000	0,05	Diterima
X ₃	-0,289	-0,186	-2,331	1,960	0,021	0,05	Diterima
X ₄	0,249	0,152	1,836	1,960	0,069	0,05	Ditolak
X ₅	0,154	0,335	4,228	1,960	0,000	0,05	Diterima
X ₆	0,312	0,275	3,508	1,960	0,001	0,05	Diterima
N = 132 R = 0,657 R Square = 0,432 Adjusted R Square = 0,405				F hitung = 15,833 F tabel = 2,17 Sig F = 0,000 Alpha = 0,05			

Sumber: Data primer diolah, 2008

Uji hipotesis secara simultan yaitu menguji pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji F. Dari hasil perhitungan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa F_{hitung} 15,833 dengan nilai $p = 0,000 \geq 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Pengujian hipotesis dengan membandingkan F_{tabel} dengan $df_1 =$ derajat pembilangan 6 dan $df_2 =$ derajat penyebut 125 didapat 2,17 untuk taraf 5%. Maka dari tabel diatas membuktikan bahwa F_{hitung} 15,833 lebih besar dari pada F_{tabel} 2,17, sedangkan tingkat signifikansi (0,000) lebih kecil dari alpha pada taraf 5% atau 0,05. Sehingga H_a yang berbunyi diduga bahwa secara simultan faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank

muamalat malang diterima. Sedangkan Sehingga H_0 yang berbunyi diduga bahwa secara simultan faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang ditolak. Artinya variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,405 atau 40,5%, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel bebas usia (X1), tingkat pendidikan (X2), pendapatan per bulan (X3), tanggungan keluarga (X4), pelayanan yang baik (X5), dan faktor syari'ah (X6) terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk menjadi nasabah tabungan (Y), artinya besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 40,5%. Sedangkan sisanya yaitu 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan uji t yaitu untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan pada tabel 6, dapat dilihat bahwa t_{hitung} dari setiap variabel X1, X2, X3, X4, X5 dan X6 dengan nilai $p \leq 0,05$, apakah berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan nilai Y (variabel terikat) dengan membandingkan t_{tabel} dengan N = jumlah sampel 132 dengan $\sigma = 0,05$ didapat t_{tabel} sebesar 1,960, maka diperoleh:

- 1) $t_{hitung} X_1 -0,081 \geq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,936 \leq 0,05$, maka H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara usia terhadap keputusan nasabah menabung ditolak dan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara usia terhadap keputusan nasabah menabung diterima, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.
- 2) $t_{hitung} X_2 -3,718 \leq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,000 \leq 0,05$, maka H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap keputusan nasabah menabung diterima dan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap keputusan nasabah menabung ditolak, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.
- 3) $t_{hitung} X_3 -2,331 \geq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,021 \leq 0,05$, maka H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara tanggungan keluarga terhadap keputusan nasabah menabung diterima dan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara tanggungan keluarga terhadap keputusan nasabah menabung ditolak, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.
- 4) $t_{hitung} X_4 1,836 \leq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,069 \leq 0,05$, maka H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara pendapatan

per bulan terhadap keputusan nasabah menabung ditolak dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara pendapatan per bulan terhadap keputusan nasabah menabung diterima, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

5) $t_{hitung} X_5 4,228 \geq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,000 \leq 0,05$, maka H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan yang baik terhadap keputusan nasabah menabung diterima dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan yang baik terhadap keputusan nasabah menabung ditolak, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

6) $t_{hitung} X_6 3,508 \geq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,001 \leq 0,05$, maka H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara faktor syariah terhadap keputusan nasabah menabung diterima dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor syariah terhadap keputusan nasabah menabung ditolak, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis dan interpretasi secara simultan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier pada tabel maka dihasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,128 + -0,001X_1 + -0,226X_2 + 0,249X_3 + -0,289X_4 + 0,154X_5 + 0,312X_6 + e$$

Hasil analisis tersebut akan diinterpretasikan sebagai berikut:

1) $a = 6,128$

Konstanta 6,128 berarti bahwa keputusan nasabah menabung akan konstan sebesar 6,128 jika tidak dipengaruhi variabel usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan per bulan, pelayanan yang baik, dan faktor syari'ah. Maka dapat diartikan bahwa pengambilan keputusan masyarakat untuk menabung di Bank Muamalat Cabang Malang berdasarkan faktor-faktor tersebut, sehingga dapat dikatakan masyarakat sudah mengetahui berbagai faktor yang membuat mereka menabung di Bank Muamalat cabang Malang.

2) $b_1 = -0,001$

Berarti variabel usia tidak mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung sebesar -0,001 satuan atau berpengaruh negatif, yang artinya jika usia bertambah maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan bertambah sebesar -0,001. Dengan asumsi

variabel bebas lainnya tetap (X_2, X_3, X_4, X_5 dan $X_6 = 0$) atau Ceteris Paribus.

3) $b_2 = -0,226$

Berarti variabel tingkat pendidikan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung sebesar $-0,226$ satuan atau berpengaruh negatif, yang artinya jika tingkat pendidikan semakin tinggi maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan meningkat sebesar $-0,226$ satuan. Sebaliknya jika tingkat pendidikan semakin rendah, maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan menurun sebesar $-0,226$ satuan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X_1, X_3, X_4, X_5 dan $X_6 = 0$) atau Ceteris Paribus.

4) $b_3 = -0,289$

Berarti variabel tanggungan keluarga mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung sebesar $-0,289$ satuan atau berpengaruh negatif, yang artinya jika tanggungan keluarga semakin meningkat maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan meningkat sebesar $-0,289$ satuan. Sebaliknya jika tanggungan keluarga berkurang, maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan menurun sebesar $-0,289$. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X_1, X_2, X_4, X_5 dan $X_6 = 0$) atau Ceteris Paribus.

5) $b_4 = 0,249$

Berarti variabel pendapatan perbulan tidak mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung sebesar 0,249 satuan atau berpengaruh positif, yang artinya jika pendapatan perbulan semakin bertambah maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan meningkat sebesar 0,249 satuan. Sebaliknya jika pendapatan perbulan berkurang, maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan menurun sebesar 0,249 satuan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X_1, X_2, X_3, X_5 dan $X_6 = 0$) atau *Ceteris Paribus*.

6) $b_5 = 0,154$

Berarti variabel pelayanan yang baik mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung sebesar 0,154 satuan atau berpengaruh positif, yang artinya jika pelayanan yang baik meningkat, maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan meningkat sebesar 0,154 satuan. Sebaliknya jika pelayanan yang baik menurun, maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan menurun sebesar 0,154 satuan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X_1, X_2, X_3, X_5 dan $X_6 = 0$) atau *Ceteris Paribus*.

7) $b_6 = 0,312$

Berarti variabel faktor syariah mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung sebesar 0,312 satuan atau

berpengaruh positif, yang artinya jika faktor syariah bertambah maka pengambilan keputusan nasabah menabung akan meningkat sebesar 0,312 satuan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X_1, X_2, X_3, X_5 dan $X_6 = 0$) atau *Ceteris Paribus*.

Dengan nilai $p = 0,000 \leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya secara simultan variabel bebas yaitu usia, tingkat pendidikan, pendapatan per bulan, tanggungan keluarga, pelayanan yang baik, dan faktor syari'ah, berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y).

Dari hasil perhitungan uji F, dapat dilihat bahwa F_{hitung} 15,833 dan F_{tabel} dengan $df_1 =$ derajat pembilang 6 dan $df_2 =$ derajat penyebut 125 untuk taraf 5% didapat 2,17, berarti $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Dan dengan nilai $p = 0,000 \leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya secara simultan variabel bebas yaitu usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang (Y).

Koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,405 atau 40,5%, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat, Artinya besarnya pengaruh variabel bebas yaitu usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor

syariah terhadap perubahan variabel terikat pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang (Y), dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 40,5%. Sedangkan sisanya yaitu 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Berdasarkan hasil analisis dan intepretasi diatas dapat disimpulkan bahwa faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang.

2. Analisis Dan Intepretasi Secara Parsial

Dari hasil analisa secara simultan faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang dengan jumlah prosentase 40,5%, akan tetapi secara parsial apakah variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 dan X_6 (variabel independen) berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan nilai Y (variabel dependen). Hal ini dapat dilihat pada tabel koefisien melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $N =$ jumlah sampel 132 dengan $\alpha = 0,05$ didapat t_{tabel} sebesar 1,960. Maka dari hasil analisis SPSS diperoleh hasil dari tiap-tiap variabel, dan dapat diketahui manakah yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah

menabung pada Bank Muamalat cabang Malang. Dengan dapat dibuktikan pada hasil dibawah ini:

1) Usia

Berdasarkan tabel 6 variabel usia merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang dengan $t_{hitung} -0,081 \leq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,936 \geq 0,05$, sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara usia dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada nasabah menabung pada Bank Muamalat Cabang Malang ditolak. Sedangkan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara usia dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang ditolak, berarti usia (X_1) tidak berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Jika dilihat dari koefisien regresi Beta $-0,001$ atau $-0,1\%$ berarti tidak terjadi perubahan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang sebesar $-0,1\%$ yang disebabkan oleh usia.

Semakin bertambah usia seseorang maka untuk melakukan simpanan akan semakin berkurang, karena kebutuhan seseorang akan terus meningkat seiring bertambahnya usia.

2) Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tabel 6 variabel tingkat pendidikan merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang dengan $t_{hitung} -3,716 \leq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,000 \leq 0,05$, sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang diterima. Sedangkan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang ditolak, berarti secara parsial variabel tingkat pendidikan (X_2) berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y).

3) Tanggungan Keluarga

Berdasarkan tabel 6 variabel tanggungan keluarga merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang dengan $t_{hitung} -2,331 \leq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,021 \leq 0,05$, sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara belajar dengan keputusan memilih jasa kesehatan diterima. Sedangkan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan

antara belajar dengan keputusan memilih jasa kesehatan ditolak, berarti variabel tanggungan keluarga (X_3) berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Jika dilihat dari koefisien regresi Beta -0,289 atau 28,9% berarti telah terjadi perubahan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang sebesar 28,9% yang disebabkan oleh tanggungan keluarga.

4) Pendapatan per Bulan

Berdasarkan tabel 6 variabel pendapatan perbulan merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang dengan $t_{hitung} 1,836 \leq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,069 \geq 0,05$, sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara pendapatan perbulan dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang ditolak. Sedangkan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara pendapatan per bulan dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang diterima, berarti secara parsial variabel pendapatan per bulan (X_4) tidak berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y).

5) Pelayanan Yang Baik

Berdasarkan tabel 6 variabel pelayanan yang baik merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang dengan $t_{hitung} 4,228 \geq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,000 \leq 0,05$, sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan yang baik dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat diterima. Sedangkan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan yang baik dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang ditolak, berarti secara parsial variabel pelayanan yang baik (X_5) berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Jika dilihat dari koefisien regresi Beta 0,154 atau 15,4% berarti telah terjadi perubahan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang sebesar 15,4% yang disebabkan oleh pelayanan yang baik.

6) Faktor Syariah

Berdasarkan tabel 6 variabel faktor syariah merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang

Malang dengan $t_{hitung} 3,508 \geq t_{tabel} 1,960$ dan nilai $p = 0,001 \leq 0,05$, sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara faktor syariah dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat diterima. Sedangkan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor syariah dengan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang ditolak, berarti secara parsial variabel faktor syariah (X_5) berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Jika dilihat dari koefisien regresi Beta 0,312 atau 31,2% berarti telah terjadi perubahan pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang sebesar 31,2% yang disebabkan oleh faktor syariah.

3. Pengambilan Keputusan Berdasarkan Tinjauan Keislaman

Menurut pandangan islam mengenai pengambilan keputusan tersebut berdasarkan Q.S. Al-Maidah ayat 100 yaitu :

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : "Katakanlah : tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."

Dalam Antonio (2001:153) dijelaskan bahwa dalam Al-Qur'an juga terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok lebih baik yaitu ayat yang berhubungan dengan menabung. Allah SWT Berfirman dalam Q. S. An-Nisa' ayat 9 yaitu :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : " Dan, hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggal di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang khawatir terhadap kesejahteraan mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar." (Q.S. An-Nisa':9).

Selain itu, landasan syariah yang digunakan sebagai dasar melakukan simpanan yaitu surat An-Nisa' ayat 58 : (Antonio, 2001:85)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya (Q.S. An-Nisa':58)

Riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Para ahli tafsir berpendapat bahwa pengambilan bunga dengan tingkat yang cukup tinggi merupakan fenomena yang banyak dipraktikkan. Allah berfirman dalam surat Al-Imran ayat 130 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank muamalat cabang malang adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa usia (X_1), tingkat pendidikan (X_2), tanggungan keluarga (X_3), pendapatan per bulan (X_4) pelayanan yang baik (X_5) faktor syari'ah (X_6) mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Dari hasil perhitungan uji F, dapat dilihat bahwa $F_{hitung} \geq$ dari F_{tabel} . Sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan per bulan, pelayanan yang baik dan faktor syari'ah terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung secara simultan diterima. Sedangkan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan per bulan, pelayanan yang baik dan faktor syari'ah terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung secara simultan ditolak, sehingga hipotesis yang mengatakan diduga bahwa secara simultan faktor usia, tingkat

pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang

2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi parsial variabel usia (X_1) memiliki $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan $p \geq 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, itu berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan oleh variabel usia (X_1) terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Variabel tingkat pendidikan (X_2) memiliki $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan $p \leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, itu berarti ada pengaruh yang signifikan oleh variabel tingkat pendidikan (X_2) terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Variabel tanggungan keluarga (X_3) memiliki $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan $p \leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan oleh variabel tanggungan keluarga (X_3) terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Variabel pendapatan perbulan (X_4) memiliki $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan $p \geq 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan oleh variabel pendapatan perbulan (X_4) terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Variabel pelayanan yang baik (X_5) memiliki $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan $p \leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, itu berarti terdapat

pengaruh yang signifikan oleh variabel pelayanan yang baik (X_5) terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Variabel faktor syariah (X_6) memiliki $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan $p \leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, itu berarti terdapat pengaruh yang signifikan oleh variabel faktor syariah (X_5) terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Sehingga hipotesis kedua yang mengatakan diduga bahwa secara parsial faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang diterima. Hal ini dikarenakan variabel tingkat pendidikan (X_2), tanggungan keluarga (X_3), pelayanan yang baik (X_5) dan faktor syariah (X_6) berpengaruh secara signifikan. Sedangkan yang tidak berpengaruh secara signifikan terdapat pada variabel usia (X_1) dan variabel pendapatan perbulan (X_4).

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti perlu memberikan saran-saran, diantaranya adalah:

1. Karena faktor tingkat pendidikan (X_2) berpengaruh dalam pengambilan keputusan nasabah, maka kelompok ini yang

bertebaran di dunia pendidikan dapat dijadikan sasaran *marketing* Bank Muamalat cabang Malang untuk meningkatkan *value* DPK (Dana Pihak Ketiga) khususnya tabungan dan deposito.

2. Untuk faktor tanggungan keluarga (X3), faktor ini berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah Bank Muamalat cabang Malang, sehingga kelompok keluarga besar bisa menjadi sasaran *marketing* Bank Muamalat cabang Malang dalam rangka meningkatkan *market share* DPKnya (Dana Pihak Ketiga). Tentunya pendekatan yang dilakukan adalah mendata dan memasuki penghuni perumahan dengan sasaran keluarga besar dan menjadikan Bank Muamalat cabang Malang sebagai *family banking*.
3. Faktor pelayanan yang baik (X5), dalam mengukur pelayanan yang baik biasa digunakan prinsip RATER, yaitu :
 - a. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
 - b. Jaminan (*Assurance*), mengenai pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
 - c. Bukti langsung (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

- d. Empati, yang didalamnya meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- e. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Untuk itu perlu diperhatikan hal berikut :

- a. *Reliability* (keandalan), yaitu untuk pengetahuan *Customer Service, marketing* dan karyawan dalam hal peningkatannya melalui pelatihan-pelatihan, *briefing, short course* dan lain-lain perlu diberikan.
- b. *Assurance* (jaminan), yaitu sikap yang jujur, ikhlas dalam melayani dan menjamin kebenaran prosedur harus tetap dipertahankan, sehingga nasabah tetap yakin bahwa transaksi dilakukan dengan benar.
- c. *Tangible* (bukti langsung), yaitu yang berhubungan sarana dan prasarana misalnya kebersihan *banking hall*, kamar mandi/toilet, performance atau penampilan *customer service* dan *marketing* yang rapih dan tetap terjaga.
- d. Empati, sikap yang ramah dengan ikut merasakan apa yang dirasakan oleh nasabah bermasalah dan ditanggapi dengan

sikap bersedia membantu dengan layanan yang cepat dan tuntas.

e. *Responsiveness* (daya tanggap), sikap yang cepat tanggap terhadap semua masalah yang dihadapi nasabah.

4. Faktor terakhir adalah faktor syariah. Kesyariaan produk dan kebijakan manajemen, sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Muamalat cabang Malang. Untuk itu keterbukaan Bank Muamalat cabang Malang dalam memberikan informasi merupakan kebutuhan utama nasabah yang tidak boleh dilupakan.

Demikian saran-saran yang dapat kami sampaikan dan harapan kami penelitian ini dapat bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dalam Praktek*, Rineka cipta, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi Kelima, Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Antonio, M, Syafi'i, 2001. *Bank Syariah : dari Teori Ke Praktek*, Gema Insani Press, Jakarta.
- Azwar, Syaifuddin, 2007. *Metode Penelitian*, Pustaka pelajar, Yogyakarta.
- Hasan, Iqbal, 2006. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Cetakan Kedua, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- J. Paul Peter, Jerry C. Olson, 1999. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran/* alih bahasa, Damos Sihombing, editor, Yati Sumiharti, --Ed 4, jilid 1 Cet 1, Erlangga, Jakarta.
- J. Paul Peter, Jerry C. Olson, 2000. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran/* alih bahasa, Damos Sihombing, editor, Yati Sumiharti, --Ed 4, jilid 2 Cet 1, Erlangga, Jakarta.
- Marimin, 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Criteria Majemuk*, PT Grasindo anggota IKAPI, Jakarta.
- Prasetyo, B & Lina Miftahul Jannah, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikatif*, Rajawali pers, Jakarta.
- Purbayu B, S & Ashuri, 2005. *Analisis Statistic Dengan Microsoft Excel & SPSS*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Simamora, Bilson, 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Singarimbun, M. dan Effendi, S, 1995. *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi, Penerbit PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedelapan, Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Sumarni, Murti. Wahyuni salamah, 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang, 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Soemitro, Warkum, 2002. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BAMUI & TAFAKUL) di Indonesia*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suryabrata, S, 2005. *Metodologi Penelitian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Swastha, Basu dan Irawan, 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi kedua, Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Umar, Husein, 2003. *Metode Riset Bisnis*, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

William M. Pride dan O.C. Ferrel, 1995. *Pemasaran : Teori dan Praktek Sehari-hari*. Jilid 1 terjemahan oleh Daniel Wirajaya, Erlangga, Jakarta.

www.muamalatbank.comdefault.asp