

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PREFERENSI MAHASISWA TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH  
PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas  
Brawijaya Malang)**

**JURNAL ILMIAH**

**Disusun oleh :**

**Muthiarani Nilamsari  
125020512111001**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2016**



**LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL**

Artikel Jurnal dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MAHASISWA  
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH  
PERBANKAN SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam  
Universitas Brawijaya Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Muthiarani Nilamsari  
NIM : 125020512111001  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 23 November 2017

Malang, 7 Desember 2017

Dosen Pembimbing,

**Dr. Iswan Noor, SE., ME.**

NIP. 19590710 198303 1004

# **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Terhadap Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Brawijaya Malang)**

**Muthiarani Nilamsari  
Dr. Iswan Noor, SE., ME.**

Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.  
Email:muthiaraninilamsari@gmail.com

## **ABSTRACT**

*In general, people need to know the insight of the banking system in Indonesia so that people can choose what banking system they will use to manage and save the funds obtained. The problem in this research is how internal factors of customers can influence them in activities to decide on their choice to use a certain banking system or banking type. External influences given to customers will certainly differs to how much perception and knowledge of the customers about the banking system and other internal influences such as economy, family, and religiosity that will affect the customers as they enter the decision-making stage. Based on the results of research obtained using logistic regression analysis it is found that the perception factor, knowledge, family, and religiosity can have a positive and significant impact on customer decisions in choosing banking types. While the economic factor does not significantly influence the decision of the customers in choosing the banking system.*

*Keywords: Sharia banking, student preference, logistic regression*

---

## **I. PENDAHULUAN**

Perkembangan sistem perbankan syariah di Indonesia mengacu pada model *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), dalam perannya untuk memberikan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara bersinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil ini dapat memberikan alternatif bagi sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengendapkan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi. Perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali (Bank Indonesia, 2015).

Sejak pengesahan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, hal ini memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan perbankan syariah di Indonesia karena telah ada landasan hukum yang jelas akan perbankan syariah di Indonesia.

**Tabel 1: Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2008-2015**

Bank/Tahun	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Jumlah Bank								
BUS	3	5	6	11	11	11	11	12
UUS	26	27	25	23	24	24	23	23
BPRS	144	131	138	150	155	158	163	163
Jumlah Kantor Bank								
BUS	401	518	711	1215	1401	1745	1998	2157
UUS	196	214	287	262	336	517	590	362
BPRS	185	202	225	286	364	401	402	431

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Bank Indonesia 2015

Tabel diatas memperlihatkan bahwa industri perbankan syariah tumbuh sangat lambat. Sejak pendirian bank syariah pertama pada 1992, penambahan satu bank syariah yang independen baru terjadi pada akhir 1999. Kemudian, industri ini butuh 5 tahun untuk menambah satu bank syariah lagi menjadi 3 Bank Umum Syariah (BUS), yaitu pada 2005. Jumlah ini tetap hingga periode 2008. Pada akhir 2009, jumlah BUS menjadi 5, dan ada penambahan satu BUS pada 2010 sehingga berjumlah 6 unit BUS. Pada 2011 menunjukkan peningkatan jumlah BUS menjadi 11 unit hingga akhir 2014. Data terbaru 2015 menunjukkan peningkatan jumlah BUS menjadi 14 unit. Maka, dapat kita lihat bahwa pada period 2010 hingga 2011 terjadi peningkatan jumlah BUS yang cukup tinggi, jumlah ini tetap hingga 2014 dan bertambah 1 unit pada 2015. Hal ini menunjukkan bahwa bank umum syariah telah mendapatkan kepercayaan yang besar dari masyarakat Indonesia sehingga perbankan syariah tumbuh dengan pesat (Bank Indonesia, 2015).

Dapat disimpulkan bahwa peningkatan nasabah perbankan syariah di Indonesia terjadi pada setiap tahunnya. Namun, faktanya masih banyak dari nasabah tersebut yang belum paham mengenai sistem perbankan syariah itu sendiri. Hal ini dapat dibuktikan melalui penelitian-penelitian terdahulu, mereka membuktikan bahwa pemahaman dan pengetahuan masyarakat masih terbilang rendah, baik mengenai jenis produk, sistem bagi hasilnya, dan prinsip operasional bank syariah. Bahwa masyarakat masih menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional itu sama.

Masyarakat yang berperan sebagai nasabah yang diperlukan oleh sebuah perbankan memiliki sikap dan minat yang berbeda dalam memilah dan memilih suatu produk dan jasa pada suatu bank. Sebelum seorang individu memutuskan untuk menabung pada bank tertentu, tentunya mereka terlebih dahulu mempertimbangkan apa tujuan dan manfaat mereka akan produk atau jasa yang mereka pilih nantinya. Setelah pertimbangan yang matang tersebut, seorang nasabah pastinya akan mencari tahu informasi serta menilai tentang produk atau jasa sebelum mereka memutuskan akan benar-benar menggunakan produk atau jasa tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam menentukan pilihannya terhadap bank mana yang akan ia pilih, seorang nasabah memerlukan kemauan atau niat serta perencanaan dalam mengambil keputusannya untuk memilih suatu bank.

Kotler dan Armstrong (1997) menyatakan bahwa untuk membeli suatu barang atau jasa, konsumen akan melewati tahap-tahap untuk mencapai keputusan dalam membeli diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informan, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan tingkah laku pasca pembelian. Sedangkan dalam menentukan pilihannya pada suatu produk atau jasa yang akan dipilih, konsumen sangatlah dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain dipengaruhi oleh budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Dalam mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah, tentunya sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti budaya, sosial, dan lain lain. Namun dalam mengambil suatu keputusan dalam menabung, peran internal seperti pengetahuan nasabah yang mewakili faktor psikologis sangatlah mendominasi. Pasalnya, seberapa pun besar pengaruh eksternal yang diberikan kepada nasabah tentunya akan kembali lagi pada seberapa besar pengetahuan akan informasi tentang produk atau jasa yang akan digunakan sebelum memasuki tahap selanjutnya yaitu pengambilan keputusan. Selain itu karakteristik seseorang tidak hanya dinilai melalui pengetahuan dalam diri seseorang, melainkan dilihat dari bagaimana persepsi orang tersebut mengenai produk atau jasa yang akan digunakan.

Dari pemaparan di atas dapat penulis simpulkan bahwa dari penelitian ini yang akan dijadikan responden adalah mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Islam Universitas Brawijaya Malang yang sudah menetapkan untuk memakai salah satu produk dan jasa suatu perbankan, karena mahasiswa program studi ini sudah memiliki pengetahuan dasar di bangku perkuliahan mengenai perbankan secara jelas.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Perbankan Secara Umum

Pengertian perbankan pada umumnya dititik beratkan kepada tugasnya yaitu sebagai badan perantara untuk menyalurkan penawaran dan permintaan kredit pada waktu yang ditentukan, serta dapat diambil kesimpulan kecil yaitu badan usaha yang menjalankan usaha *basic*-nya yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif investasi. Dimana definisi lain dari perbankan secara umum adalah bank dapat menjadi suatu wadah untuk menabung dan meminjamkan dana yang diperoleh dari masyarakat.

Menurut peraturan perundang-undang Negara Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan: "Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak". Dengan adanya Undang-Undang tersebut, maka diharapkan perbankan memiliki dasar hukum yang pasti, sehingga perbankan dapat menjalankan semua aktivitasnya dengan baik. Tujuannya agar perbankan dapat memberikan sumbangan kepada pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Definisi ini dapat menunjukkan bahwa objek aktivitas utama bank syariah adalah masyarakat luas, hal ini dikarenakan dana yang terhimpun dari masyarakat akhirnya akan disalurkan kepada masyarakat lagi.

### Sejarah Perbankan Syariah

Bank syariah pertama kali muncul pada 1963 sebagai *pilot project* dalam bentuk bank tabungan pedesaan di kota kecil Mit Ghamir, Mesir. Berikutnya didirikan di Pakistan pada 1965 dalam bentuk bank koperasi. Setelah itu, gerakan bank Islam mulai hidup kembali pada 1970-an. Berdirinya Islamic Development Banking (IDB) pada 20 Oktober 1975 yang merupakan lembaga keuangan internasional Islam multilateral, mengawali bermunculannya bank Islam penuh di berbagai Negara, seperti Dubai Islamic Bank di Dubai (Maret 1975), Faisal Islamic Bank di Mesir dan Sudan (1977), dan Kuwait Finance House di Kuwait (1977). Sampai saat ini, lebih dari 200 bank dan lembaga keuangan syariah telah beroperasi di 70 negara muslim dan non muslim yang total portofolionya mencapai \$200 miliar (Algoud dan Kewis, 2001 dalam Rivai dan Arifin, 2010).

Munculnya bank syariah di Indonesia ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada 1992. Lembaga ini cukup memadai kegiatan perbankan secara Islam. Dimana kegiatan yang bersifat bebas dari Gharar, Mahsyar, Riba (bunga), sifat keadilan dalam bertransaksi yang sangat dijunjung tinggi, dan juga penyaluran pembiayaan melalui kegiatan usaha yang halal dan tidak melanggar syariat atau hukum Islam. Kebijakan lainnya disusul dengan adanya UU No.10 Tahun 1998 yang diperbarui pada Tahun 2008 menjadi UU No. 21 Tahun 2008, mengenai perbankan Islam.

Bank syariah juga merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan prinsip etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya mempunyai kegiatan usaha yang halal. Bank

syariah sering dipersamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank syariah, ketika sejumlah instrument atau operasinya bebas dari bunga. Selain menghindari dari adanya bunga, bank syariah juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial (Ascarya, 2005).

### **Prinsip Perbankan Syariah**

Dalam menjalankan operasional perbankannya, bank Islam mempunyai prinsip dasar operasionalnya, antara lain:

1. Menjauhkan diri dari kemungkinan adanya unsur riba, ada beberapa unsur seperti:
  - 1) Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan di muka suatu hasil usaha, seperti penetapan bunga simpanan atau bunga pinjaman yang dilakukan bank konvensional.
  - 2) Menghindari penggunaan sistem persentase biaya terhadap utang atau imbalan terhadap simpanan yang mengandung unsur melipatgandakan secara otomatis utang/simpanan tersebut hanya karena berjalannya waktu.
  - 3) Menghindari penggunaan sistem perdagangan/penyewaan barang ribawi dengan imbalan barang ribawi lainnya (barang yang sama dan sejenis, seperti yang rupiah dengan uang yang masih berlaku) dengan memperoleh kelebihan baik kuantitas maupun kualitas.
  - 4) Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan di muka tambahan atas utang yang bukan atas prakarsa yang mempunyai utang secara sukarela, seperti penetapan bunga pada bank konvensional.
2. Menerapkan prinsip sistem bagi hasil dalam jual beli

Dalam operasinya, pada sisi pengerahan dana masyarakat, lembaga perbankan syariah menyediakan sarana investasi bagi penyimpanan dana dengan sistem bagi hasil, dan pada sisi penyaluran dana masyarakat disediakan pula fasilitas pembiayaan investasi dengan sistem bagi hasil serta pembiayaan perdagangan.

3. Menerapkan prinsip Ta'awun

Prinsip ini prinsip yang dilakukan untuk saling membantu dalam bekerja sama antara anggota masyarakat dalam bentuk kebaikan, sebagaimana yang terkandung dalam firman Allah Swt dalam surat Al-Maidah ayat 2. Dimana yang dimaksud dengan karunia adalah keuntungan yang diberikan Allah dalam perniagaan. Keridhoan Allah ialah pahala amalan sholeh (Riva'i dan Arifin, 2010).

4. Menetapkan prinsip menghindari Al-Ikhtinaz

Sepergi meembiarkan uang menganggur dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum. Serta pelanggaran keras atas unsur transaksi yang terdapat penipuan (*gharar*), spekulatif (*mayshir*), dan sistem bunga (*riba*).

5. Prinsip utama yang terdapat dalam perbankan syariah

Adanya larangan riba dalam segala bentuk transaksi. Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan syariat Islam. Pemberian zakat dari perolehan keuntungan yang diperoleh.

### **Dasar Perbankan Syariah**

Bank syariah memiliki perbedaan yang mendasar apabila dibandingkan dengan bank nonsyariah (bank yang beroperasi dengan sistem bunga). Pada dasarnya, segala dunia usaha, termasuk perbankan Islam, bertujuan untuk menciptakan keuntungan (*profit oriented*). Namun, guna menghasilkan keuntungan tersebut terdapat beberapa hal yang harus dihindari oleh bank syariah karena bertentangan dengan syariat Islam. Salah satunya adalah bunga bank yang dalam istilah Islam disebut dengan *riba*. Hal ini didasarkan pada firman Allah swt yang menyebutkan bahwa "*Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*". Di samping riba, semua transaksi dalam perbankan syariah juga harus sesuai dan harus berdasarkan dengan syariat Islam yang antara lain menghindari transaksi yang terdapat unsur haram didalamnya mengandung unsur-unsur haram didalamnya seperti perjudian/spekulasi (*ميسر maisir*), serta ketidakjelasan/manipulatif (*gharar*).

### **Sistem Operasional Perbankan Syariah**

Prinsip utama operasional bank berdasarkan prinsip syariah adalah hukum Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Al-Hadist. Kegiatan operasional bank harus memperhatikan perintah dan

larangan kedua sumber tersebut. Larangan terutama berkaitan dengan kegiatan bank yang dapat diklasifikasikan sebagai riba. Perbedaan utama antara kegiatan bank berdasarkan prinsip syariah dengan bank konvensional pada dasarnya terletak pada sistem pemberian imbalan atau jasa atas dana.

Dalam menjalankan operasionalnya, bank berdasarkan prinsip syariah tidak menggunakan sistem bunga dalam menentukan sistem imbalan atas dana yang digunakan atau dititipkan oleh suatu pihak. Penentuan imbalan terhadap dana yang dipinjamkan maupun dana yang disimpan di bank didasarkan pada prinsip bagi hasil sesuai dengan hukum Islam. Perlu diakui bahwa ada sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa sistem bunga yang ditetapkan oleh bank konvensional merupakan pelanggaran terhadap prinsip syariah.

### **Risiko Perbankan Syariah**

Risiko imbal hasil timbul dikarenakan perubahan perilaku nasabah dana pihak ketiga (DPK) yang disebabkan oleh perubahan ekspektasi tingkat imbal hasil yang diterima dari bank syariah. Perubahan ini disebabkan oleh faktor internal seperti menurunnya aset, atau faktor eksternal seperti naiknya imbal hasil yang ditawarkan oleh bank lain. Risiko investasi adalah timbulnya pemberian pembiayaan yang dilakukan oleh bank berbasis bagi hasil kepada nasabah dimana bank ikut menanggung risiko kerugian atas nasabah tersebut. Perhitungan bagi hasilnya bukan hanya berdasarkan pendapatan atau penjualan nasabah, namun juga berdasarkan keuntungan usaha yang dihasilkan nasabah.

Berdasarkan keadaan dan lingkungan yang mempengaruhinya, risiko yang dihadapi bank dapat dikategorikan dalam dua kelompok besar yaitu risiko yang bersifat sistemik (*systemic risk*), yakni risiko yang diakibatkan oleh adanya kondisi atau situasi tertentu yang bersifat makro seperti perubahan situasi politik, perubahan kebijakan ekonomi pemerintah, perubahan kondisi dan situasi pasar, situasi krisis atau resesi yang akan berpengaruh terhadap kondisi perekonomian secara umum. Selanjutnya adalah risiko yang tidak sistemik (*unsystemic risk*) yaitu risiko unik yang melekat pada perusahaan industri. Berdasarkan kegiatan usahanya maka risiko tersebut mencakup: risiko kredit (*credit risk*) bagi bank syariah risiko pembiayaan (*financing risk*), risiko pasar (*market risk*), risiko likuiditas (*liquidity risk*), risiko operasional (*operational risk*), risiko hukum (*legal risk*), risiko reputasi (*reputation risk*), risiko strategis (*strategic risk*), dan risiko kepatuhan (*compliance risk*).

### **Riba dan Bagi Hasil Dalam Perbankan Syariah**

Bila ditinjau dari sisi fiqh menurut Qardhawi dalam (Riva'i, 2010) bunga bank sama dengan riba yang hukumnya jelas-jelas haram. Suatu sistem ekonomi Islam harus bebas dari bunga (riba). Keadilan ekonomi dan sosial yang merupakan salah satu karakteristik yang idealis bagi umat Islam, yang harusnya diterapkan dalam cara hidupnya dan bukan sebagai suatu fenomena. Konsep tersebut harus diimplementasikan pada semua area dari hubungan interaksi antara umat manusia, sosial, ekonomi, dan politik.

Bagi hasil adalah bentuk return (perolehan aktivitas usaha) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap dalam bank Islam. Besar kecilnya perolehan kembali itu tergantung pada hasil usaha yang benar-benar diperoleh bank Islam. (Rivai dan Arifin, 2010). Penentuan jumlah margin bagi hasil didasarkan oleh perjanjian yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Sesuai dengan kesepakatan bersama dan harus adanya kerelaan, oleh masing-masing pihak yang bekerjasama, antara *shahibul mal* dengan *mudharib*. Pendapatan yang akan dibagikan atau diterima, semua berdasarkan pendapatan yang sudah diterima saja (*cash basis*). Sumbernya yaitu, dari margin pembiayaan dari bagi hasil, dan juga investasi pada surat berharga dari penempatan bank syariah lain.

### **Teori Perilaku Konsumen**

Schiffman dan Kanuk (2007) dalam Sumarwan (2014) mendefinisikan perilaku konsumen: "*The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs*" (Istilah perilaku konsumen mengacu pada perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka).



Selanjutnya preferensi atau selera konsumen dapat bertujuan untuk menggambarkan alasan-alasan yang dimiliki seseorang untuk memilih satu produk dibandingkan dengan produk lain. Lebih lanjut, Boediono (2008) menyatakan untuk mempelajari preferensi atau tingkah laku konsumen yang paling sederhana ditemukan pada hukum permintaan yang menjelaskan bahwa apabila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta konsumen akan turun dan begitu pula sebaliknya (dengan asumsi *ceteris paribus*). *Ceteris paribus* diartikan bahwa semua faktor lain penentu jumlah barang yang diminta dianggap tetap atau tidak berubah. Membahas lebih lanjut tentang preferensi konsumen banyak pakar ekonomi seperti Pindyck (2014), Sukirno (1994), Boediono (2008) dan masih banyak pakar ekonomi lain beranggapan sama, bahwa dalam mempelajari preferensi atau tingkah laku konsumen terdapat dua pendekatan yaitu pendekatan secara kardinal dengan asumsi *marginal utility* dan secara ordinal berupa berupa asumsi *indifference curve*, yang mana kedua pendekatan tersebut menerangkan alasan konsumen berperilaku seperti yang dinyatakan hukum permintaan di atas (Boediono, 2008).

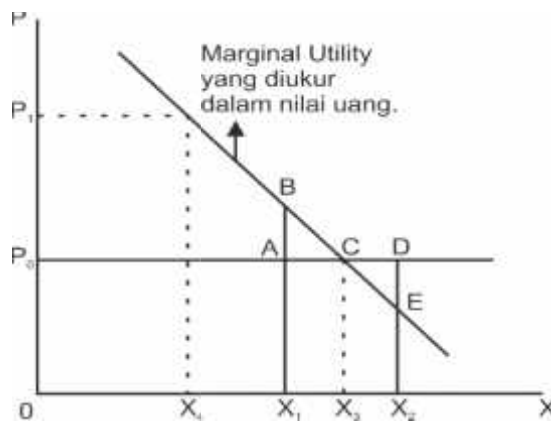
### 1. *Marginal Utility*

Terdapat beberapa asumsi dasar dalam pendekatan *marginal utility*, dimana:

- 1) *Utility* (tingkat kepuasan) bisa diukur dengan uang
- 2) Hukum Gossen (*law of diminishing marginal utility*) berlaku, dimana tambahan kepuasan yang didapatkan akan menurun seiring dengan meningkatnya setiap jumlah konsumsi barang tersebut.
- 3) Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan total yang maksimum.

Asumsi-asumsi dasar tersebut dapat digambarkan dalam kurva permintaan berikut ini:

Gambar 1: **Kurva Permintaan (*Marginal Utility*)**



Sumber: Boediono (2008)

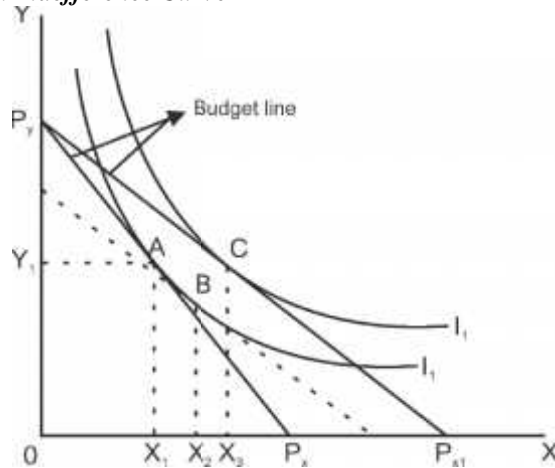
Dapat dilihat dari kurva di atas, digambarkan bahwa harga suatu barang X adalah  $P_0$ , maka tingkat kepuasan total (*total utility*) akan mencapai nilai maksimumnya pada titik C yaitu dengan tingkat konsumsi barang berada pada  $X_3$ . Selanjutnya, apabila tingkat konsumsi barang tersebut lebih rendah dari  $X_3$  yaitu pada tingkat konsumsi  $X_1$  maka tidak akan mencapai total utility secara maksimum karena dibutuhkan pengorbanan harga yang dibutuhkan, oleh sebab itu masih menguntungkan atau bahkan dapat mencapai titik kepuasan maksimum apabila jumlah konsumsi ditambahkan ke titik  $X_3$ . Namun sebaliknya, apabila jumlah barang yang akan dikonsumsi diperbanyak hingga melebihi titik  $X_3$  yaitu pada  $X_2$  maka total utility tidak akan mencapai titik maksimumnya, dikarenakan terdapat pengorbanan konsumen sebesar ED, maka dari itu diperlukan pengurangan tingkat konsumsinya (pembeliannya) ke titik  $X_3$  untuk mencapai kepuasan maksimum total.

### 2. *Indifference Curve*

Boediono (2008) dalam mengartikan kurva indifferen pertama-tama memerlukan beberapa anggapan-anggapan dimana (1) konsumen mempunyai pola preferensi terhadap barang atau jasa yang akan dikonsumsi (dimisalkan barang X dan Y) dan dinyatakan dalam kumpulan kurva indifferen. (2) Konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu. (3) Konsumen akan selalu berusaha untuk

mencapai titik kepuasan yang maksimum. Setelah anggapan-anggapan tersebut terpenuhi maka dengan mudah menjelaskan bahwa kurva indifferen adalah kurva yang menggambarkan konsumsi atau pembelian barang-barang yang nantinya menghasilkan tingkat kepuasan yang sama.

Gambar 2: *Indifference Curve*



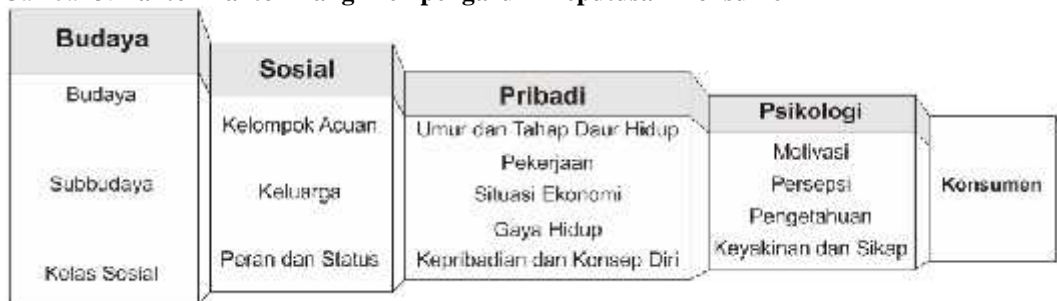
Sumber: Boediono (2008)

Kurva di atas merupakan penggambaran kurva indifferen. Dimana diasumsikan titik  $P_x$  dan  $P_y$  merupakan *budget line* atau dalam hal ini ialah jumlah uang yang dimiliki oleh konsumen tersebut untuk berbagai kemungkinan kombinasi barang X dan Y. Kepuasan maksimum yang terjadi ditunjukkan apabila konsumen mengkonsumsi barang X sebesar  $X_1$  dan barang Y sebesar  $Y_1$ , yaitu pada persinggungan antara budget line dengan indifference curve. Selanjutnya, apabila diasumsikan harga barang X mengalami penurunan dari titik  $P_x$  ke titik  $P_{x1}$  dan harga Y tetap maka budget line akan berayun ke kanan sehingga posisi kepuasan maksimal (*equilibrium*) akan terjadi pada titik C dan permintaan barang X akan naik menjadi  $X_3$ .

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong (1997) perilaku konsumen amat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya: faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis. Sebagaimana ditunjukkan pada gambar 2.3 dibawah ini.

Gambar 3: **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen**



Sumber: Kotler dan Armstrong (1997)

### Faktor Presepsi

Individu yang telah mendapatkan motivasi dalam psikologisnya akan siap untuk bertindak, dan dalam keputusannya untuk bertindak tersebut sangat dipengaruhi oleh persepsi individu tersebut terhadap situasi yang dia hadapi. Persepsi yang terbentuk antar individu tentunya berbeda satu sama lain, meskipun dengan motivasi yang sama dan dalam kondisi yang sama tidak memungkiri adanya perbedaan dalam tindakan yang diambil, hal ini dikarenakan pandangan seseorang terhadap suatu hal memiliki perbedaan.

Kotler (1997) mengartikan persepsi sebagai tahapan yang dilalui seseorang dalam kegiatan memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi dengan tujuan untuk membentuk gambaran mengenai suatu hal. Bila membahas tentang persepsi konsumen, tentunya tidak akan terlepas dari proses pengolahan informasi. Karena pada dasarnya persepsi yang ada dalam diri seseorang berasal dari proses pengolahan informasi.

### **Faktor Pengetahuan**

Diasumsikan bahwa seseorang yang bertindak sama halnya dengan belajar. Tindakan yang dilakukan individu yang akhirnya menjadikan sebuah pengalaman dan pengalaman itulah yang diartikan sebagai pembelajaran. Singkatnya, pengetahuan menunjukkan perubahan tingkah laku individu yang tercipta melalui pengalaman (Kotler, 1997).

### **Faktor Situasi Ekonomi**

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh situasi ekonomi seseorang. Situasi ekonomi seseorang diukur melalui beberapa aspek seperti pendapatan yang bisa dibelanjakan (jumlah pendapatan, stabilitas, dan pola waktu mendapatkannya), tabungan, kekayaan, utang, kemampuan untuk kredit serta sikap seseorang antara konsumsi dan menabung.

### **Faktor Keluarga**

Keluarga yang dikategorikan dan termasuk dari kelompok acuan primer sangat berpengaruh pada tingkah laku antar bagian keluarga. Kamus Besar Bahasa Indonesia atau disingkat dengan KBBI mendefinisikan keluarga sebagai kesatuan kerabat yang sangat mendasar dalam masyarakat. Tidak heran bila pengaruh yang diberikan keluarga dalam tingkah laku konsumsi sangatlah berperan besar.

### **Faktor Religiusitas**

Pengertian religiusitas sendiri berasal dari bahasa latin *religio* yang berakar dari kata *religare* yang berarti mengikat (Ahmad, 1995). Secara instansial religius menunjuk pada sesuatu yang dirasakan sangat dalam yang bersentuhan dengan keinginan seseorang yang butuh ketaatan dan memberikan imbalan sehingga mengikat seseorang dalam suatu masyarakat (Ahmad, 1995). Mayer (dalam Kahf, 1995) mengatakan bahwa agama adalah seperangkat aturan dan kepercayaan yang pasti untuk membimbing manusia dalam tindakan terhadap Tuhan, orang lain dan diri sendiri.

Faktor religiusitas sangat berkaitan dengan tingkah laku individu dalam memilih jasa perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Khan (2010) mengenai "*The Influence of Religious Belief on Depositor Behaviour in an Emerging Market*", memberikan bukti bahwa keyakinan agama dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap pilihan individu dalam memilih jasa perbankan. Penelitian tersebut menemukan bahwa bank-bank Islam di Pakistan menikmati tingkat pertumbuhan deposito jauh lebih besar dari pada di bank konvensional.

### **Teori Konsumsi dalam Islam**

Seperti yang diketahui pada sub-bab sebelumnya bahwa teori konsumsi dalam ilmu ekonomi pada dasarnya berasal dari teori permintaan yang berasal dari ekonomi konvensional. Teori permintaan sendiri timbul karena adanya keinginan dan kebutuhan oleh seorang konsumen. Keinginan yang dimaksud itu lah yang menjadi penggerak dari kegiatan konsumsi ekonomi konvensional. Sedangkan Sumar'in (2013) menyatakan bahwa dalam prespektif Islam keinginan lebih identik dengan sesuatu yang bersumber dengan nafsu. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dari prespektif Islam ialah yang berdasar atas kebutuhan individu akan suatu barang atau jasa, bukan keinginan. Pentingnya penegasan dan pembatasan antara keinginan dan kebutuhan tersebutlah yang menjadikan praktek konsumsi dalam Islam lebih terarah dan terkendali.

### **Teori Keputusan Memilih**

Setelah dijelaskan di atas bagaimana perilaku konsumen adalah kegiatan yang menggambarkan bagaimana sikap konsumen tersebut mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, serta menghabiskan produk atau jasa dalam hal ini yaitu jasa perbankan syariah. Tahap selanjutnya, konsumen melakukan tahap lain yang berupa keputusan sebelum melakukan eksekusi berupa

tindakan-tindakan di atas. Menurut Kotler dan Amstrong (1997) terdapat lima tahap yang dilewati konsumen sehingga sampai pada keputusan membeli konsumen.

Gambar 4: **Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**



Sumber: Kotler dan Amstrong (1997)

Sumarwan (2014) menggolongkan proses keputusan konsumen tersebut kedalam dua golongan proses. Tiga proses pertama yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif digolongkan sebagai proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu proses yang terjadi sebelum konsumen tersebut benar-benar melakukan keputusan. Sedangkan proses selanjutnya ialah proses keputusan konsumen yang berupa keputusan membeli dan mengkonsumsi yang akhirnya berujung pada tingkah laku konsumen tersebut setelah pembelian.

### III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Logistik. Analisis regresi logistik ialah teknik statistika yang digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independent. Responden yang dipilih sebagai sumber data adalah mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Brawijaya Malang sebanyak 617 mahasiswa aktif dari tahun 2013 sampai dengan 2016. Berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel yang harus diambil dari penelitian ini adalah sebanyak 86 responden, untuk mewakili jumlah populasi dan akurasi data yang diperoleh.

Metode analisis data yang digunakan untuk mengukur kuesioner ialah dengan melakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuisisioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya (Singarimbun, 1989). Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Reliabilitas adalah suatu instrument dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto, 2010). Pada prinsipnya uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang kita peroleh sebagai misal hasil dari jawaban kuisisioner yang kita bagikan. Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini Reliabilitas diukur dengan metode *Alpha Cronbach* dengan menggunakan *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Validitas

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Signifikansi	Keterangan
X1 (Presepsi)	1	0,767	0,3	0,000	Valid
	2	0,818	0,3	0,000	Valid
	3	0,773	0,3	0,000	Valid
	4	0,701	0,3	0,000	Valid
	5	0,574	0,3	0,000	Valid
X2 (Pengetahuan)	1	0,753	0,3	0,000	Valid
	2	0,804	0,3	0,000	Valid

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Signifikansi	Keterangan
	3	0,783	0,3	0,000	Valid
	4	0,711	0,3	0,000	Valid
	5	0,702	0,3	0,000	Valid
	6	0,695	0,3	0,000	Valid
	7	0,657	0,3	0,000	Valid
X3 (Ekonomi)	1	0,769	0,3	0,000	Valid
	2	0,840	0,3	0,000	Valid
	3	0,802	0,3	0,000	Valid
	4	0,546	0,3	0,000	Valid
	5	0,610	0,3	0,000	Valid
	6	0,553	0,3	0,000	Valid
X4 (Keluarga)	1	0,874	0,3	0,000	Valid
	2	0,878	0,3	0,000	Valid
	3	0,768	0,3	0,000	Valid
	4	0,698	0,3	0,000	Valid
	5	0,684	0,3	0,000	Valid
X5 (Religiusitas)	1	0,658	0,3	0,000	Valid
	2	0,664	0,3	0,000	Valid
	3	0,680	0,3	0,000	Valid
	4	0,700	0,3	0,000	Valid
	5	0,716	0,3	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan data pada tabel diketahui bahwa semua item penelitian pada semua variabel memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,3) atau nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf nyata 5% sehingga disimpulkan bahwa semua item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya. Dapat diketahui juga bahwa semua faktor yaitu Faktor Persepsi (X1), Faktor Pengetahuan (X2), Faktor Ekonomi (X3), Faktor Keluarga (X4) dan Faktor Religiusitas (X5) terbukti valid dimana nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### Uji Reliabilitas

NO	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	X1 (Presepsi)	0,778	Reliabel
2.	X2 (Pengetahuan)	0,845	Reliabel
3.	X3 (Ekonomi)	0,785	Reliabel
4.	X4 (Keluarga)	0,835	Reliabel
5.	X5 (Religiusitas)	0,713	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan data pada dapat dilihat bahwa Instrumen dikatakan reliabel, jika nilai *alpha crobach* sama dengan atau di atas 0,6. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *alpha crobach*

pada seluruh variabel berada di atas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan pada variabel tersebut telah reliable dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

### Hasil Analisis Uji Regresi Logistik

Uji regresi logistik digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu variabel persepsi, pengetahuan, ekonomi, keluarga, dan religiusitas terhadap variabel terikat yaitu apakah mahasiswa tersebut menjadi nasabah di Bank Syariah dengan syarat bahwa nilai pada variabel terikat adalah 0 dan 1 (biner). Hasil pengujian dengan menggunakan metode uji regresi logistik disajikan sebagai berikut.

#### Perbandingan -2 Log Likelihood

#### Iteration History<sup>a,b,c,d</sup>

Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients					
		Constant	X1	X2	X3	X4	X5
1	44,949	-6,477	,100	,097	-,009	,096	,166
2	29,414	-12,748	,215	,173	,001	,174	,289
3	22,912	-20,624	,399	,241	,026	,260	,422
4	20,451	-28,631	,627	,294	,044	,349	,545
Step 1 5	19,887	-34,286	,791	,333	,052	,414	,635
6	19,840	-36,440	,853	,348	,056	,438	,670
7	19,839	-36,687	,860	,350	,056	,441	,674
8	19,839	-36,690	,860	,350	,056	,441	,674
9	19,839	-36,690	,860	,350	,056	,441	,674

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 74,331

d. Estimation terminated at iteration number 9 because parameter estimates changed by less than ,001.

Nilai -2 log likelihood pada model dengan melibatkan variabel bebas yaitu Block = 1 (19,839) yang lebih kecil dari model tanpa melibatkan variabel bebas yaitu Block = 0 (74,331). Artinya, penambahan variabel bebas (Block = 1) pada model regresi logistik lebih baik daripada tanpa variabel bebas (Block = 0) sehingga model regresi logistik yang digunakan adalah layak.

## Uji Omnibus

**Omnibus Tests of Model Coefficients**

		Chi-square	Df	Sig.
	Step	54,492	5	,000
Step 1	Block	54,492	5	,000
	Model	54,492	5	,000

Nilai Chi-Square hitung yang didapatkan adalah 54,492 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan nilai pembandingan Chi-Square dengan derajat bebas 5 pada alpha 5% adalah sebesar 11,070. Karena nilai Chi-Square hitung (54,492) lebih besar dari Chi-Square tabel (11,070) atau nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari alpha 5% (0,050), maka dapat disimpulkan bahwa model dengan mengikutsertakan variabel bebas adalah lebih baik dan dapat digunakan dalam model atau dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas Persepsi, Pengetahuan, Ekonomi, Keluarga dan Religiusitas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat Nasabah Perbankan Syariah.

## Koefisien Determinasi

**Model Summary**

-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
19,839	0,454	0,808

Berdasarkan Tabel diatas didapatkan nilai Cox & Snell R Square sebesar 0,454 dan nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,808. Nilai ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas Persepsi, Pengetahuan, Ekonomi, Keluarga dan Religiusitas terhadap variabel terikat Nasabah Perbankan Syariah adalah sebesar 80,8%. Sedangkan pengaruh terhadap variabel terikat Nasabah Perbankan Syariah selain variabel bebas Persepsi, Pengetahuan, Ekonomi, Keluarga dan Religiusitas adalah sebesar 19,2%.

## Uji Hosmer dan Lemeshow

**Hosmer and Lemeshow Test**

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	1,305	8	,995

Berdasarkan Tabel didapatkan nilai Chi-Square hitung sebesar 1,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,995. Nilai Chi-Square tabel pada derajat bebas 8 dan taraf nyata 5% sebesar 15,507. Karena nilai Chi-Square hitung lebih kecil dari nilai Chi-Square tabel ( $1,305 < 15,507$ ) atau nilai signifikansi lebih besar dari alpha 5% ( $0,995 > 0,050$ ), maka disimpulkan bahwa model yang digunakan memiliki probabilitas prediksi yang sama dengan probabilitas yang diamati atau model yang terbentuk mampu untuk memprediksi data observasi dengan baik dan model tersebut telah layak digunakan.

## Hasil Prediksi Model

**Classification Table<sup>a</sup>**

	Observed	Predicted			
		Y		Percentage Correct	
		Tidak	Ya		
Step 1	Y	Tidak	9	4	69,2
		Ya	2	75	97,4
		Overall Percentage			93,3

a. The cut value is ,500

Berdasarkan tabel di atas diketahui tingkat keakuratan prediksi dari model regresi logistik yang terbentuk. Data observasi awal di mana kriteria Y=0 (0=tidak) diketahui sebanyak 13 orang. Berdasarkan prediksi dari model regresi logistik yang terbentuk didapatkan hasil bahwa 9 prediksi kriteria adalah tepat dan 4 prediksi kriteria adalah tidak tepat. Tingkat keakuratan prediksi pada kriteria Y=0 sebesar 69,2%.

Data observasi awal di mana kriteria Y=1 (1=ya) diketahui sebanyak 77 pengamatan. Berdasarkan prediksi dari model regresi logistik yang terbentuk didapatkan hasil bahwa 75 prediksi kriteria adalah tepat dan 2 prediksi kriteria adalah tidak tepat. Tingkat keakuratan prediksi pada kriteria Y=1 sebesar 97,4%. Secara keseluruhan model regresi logistik yang terbentuk mampu memprediksi ketepatan model sebesar 93,3%.

### Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini, untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat pada persamaan regresi logistik dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai statistik Wald dengan nilai pembanding Chi-Square pada derajat bebas (db) = 1 pada alpha 5% yaitu sebesar 3,841. Apabila nilai statistik Wald lebih besar dari nilai Chi-Square tabel, atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 5% maka disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
X1	,860	,396	4,720	1	,030	2,364
X2	,350	,159	4,847	1	,028	1,419
X3	,056	,179	,099	1	,753	1,058
X4	,441	,220	4,002	1	,045	1,554
X5	,674	,321	4,409	1	,036	1,962
Constant	-36,690	12,471	8,656	1	,003	,000

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5

Persamaan regresi logistik yang terbentuk berdasarkan tabel di atas adalah sebagai berikut:

$$\ln \frac{P}{1-P} = -36,690 + 0,860 \text{ Persepsi} + 0,350 \text{ Pengetahuan} + 0,056 \text{ Ekonomi} + 0,441 \text{ Keluarga} + 0,674 \text{ Religiusitas} + e$$

### Faktor persepsi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil analisis pada variabel Persepsi diperoleh nilai statistik Wald sebesar 4,720 dengan nilai signifikansi sebesar 0,030. Nilai Chi-Square tabel pada derajat bebas 1 dan taraf nyata 5% sebesar 3,841. Karena nilai Wald lebih besar dari nilai Chi-Square tabel (4,720 > 3,841) atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha (0,030 < 0,050) maka disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi terhadap variabel terikat Nasabah Perbankan Syariah. Koefisien regresi variabel Persepsi yang bertanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin baik Persepsi mahasiswa terhadap perbankan syariah maka seorang mahasiswa akan cenderung memutuskan untuk menjadi Nasabah pada Perbankan Syariah.

### Faktor pengetahuan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil analisis pada variabel Tingkat Pengetahuan diperoleh nilai statistik Wald sebesar 4,847 dengan nilai signifikansi sebesar 0,028. Nilai Chi-Square tabel pada derajat bebas 1 dan taraf nyata 5% sebesar 3,841. Karena nilai Wald lebih besar dari nilai Chi-Square tabel (4,847 > 3,841) atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha (0,028 < 0,050) maka disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Tingkat Pengetahuan terhadap variabel terikat Nasabah Perbankan Syariah.



Koefisien regresi variabel Tingkat Pengetahuan yang bertanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin baik Pengetahuan mahasiswa terhadap perbankan syariah maka seorang mahasiswa akan cenderung memutuskan untuk menjadi Nasabah pada Perbankan Syariah.

#### **Faktor ekonomi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Perbankan Syariah**

Berdasarkan hasil analisis pada variabel Ekonomi diperoleh nilai statistik Wald sebesar 0,056 dengan nilai signifikansi sebesar 0,753. Nilai Chi-Square tabel pada derajat bebas 1 dan taraf nyata 5% sebesar 3,841. Karena nilai Wald lebih kecil dari nilai Chi-Square tabel ( $0,056 < 3,841$ ) atau nilai signifikansi lebih besar dari alpha ( $0,753 > 0,050$ ) maka disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Ekonomi terhadap variabel terikat Nasabah Perbankan Syariah.

#### **Faktor keluarga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Perbankan Syariah**

Berdasarkan hasil analisis pada variabel Keluarga diperoleh nilai statistik Wald sebesar 4,002 dengan nilai signifikansi sebesar 0,045. Nilai Chi-Square tabel pada derajat bebas 1 dan taraf nyata 5% sebesar 3,841. Karena nilai Wald lebih besar dari nilai Chi-Square tabel ( $4,002 > 3,841$ ) atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha ( $0,045 < 0,050$ ) maka disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Keluarga terhadap variabel terikat Nasabah Perbankan Syariah. Koefisien regresi variabel Keluarga yang bertanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin besar keterlibatan dari keluarga maka seorang mahasiswa akan cenderung memutuskan untuk menjadi Nasabah pada Perbankan Syariah.

#### **Faktor religiusitas berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah perbankan syariah**

Berdasarkan hasil analisis pada variabel Religiusitas diperoleh nilai statistik Wald sebesar 4,409 dengan nilai signifikansi sebesar 0,036. Nilai Chi square tabel pada derajat bebas 1 dan taraf nyata 5% sebesar 3,841. Karena nilai Wald lebih besar dari nilai Chi-Square tabel ( $4,409 > 3,841$ ) atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha ( $0,036 < 0,050$ ) maka disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Religiusitas terhadap variabel terikat Nasabah Perbankan Syariah. Koefisien regresi variabel Religiusitas yang bertanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seorang mahasiswa maka mahasiswa tersebut akan cenderung memutuskan untuk menjadi Nasabah Perbankan Syariah.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang digunakan yaitu variabel Presepsi, Pengetahuan, Ekonomi, Keluarga, dan Religiusitas dapat mempengaruhi mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Berdasarkan dari rumusan masalah serta hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah diantaranya adalah faktor presepsi, faktor pengetahuan, faktor keluarga, dan faktor religiusitas. Faktor tersebut berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Selanjutnya terdapat faktor ekonomi yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Pada faktor presepsi telah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Diperoleh bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut ditunjukkan pada tingginya jawaban positif dari para responden. Hal tersebut memenuhi asumsi dimana tanpa adanya presepsi yang baik tentang perbankan yang dipilihnya, maka seorang nasabah tidak akan menentukan pilihannya pada

bank tersebut. Selain itu dari hasil perhitungan logistik diperoleh pengaruh yang positif antara faktor persepsi terhadap nasabah dalam memilih Bank Syariah. Artinya semakin baik persepsi nasabah dalam memandang sistem operasional yang berkaitan dengan perbankan syariah, maka nasabah akan cenderung memilih menggunakan perbankan syariah tersebut.

3. Pada faktor pengetahuan telah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Ditemukan bahwa sebagian besar responden telah mengetahui sistem perbankan yang mereka gunakan. Hal tersebut ditunjukkan pada tingginya jawaban positif dari para responden. Dengan demikian hal tersebut telah memenuhi asumsi dimana tanpa adanya pengetahuan yang matang tentang perbankan yang dipilih, maka seorang nasabah tidak akan menentukan pilihannya pada bank tersebut. Pengaruh yang diperoleh dari faktor ini adalah pengaruh yang positif, artinya semakin tinggi pengetahuan nasabah tentang informasi-informasi yang berkaitan dengan perbankan syariah tersebut maka nasabah akan cenderung menggunakan perbankan syariah.
4. Pada faktor ekonomi telah terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Ditemukan bahwa pada pilihan bank, responden telah menentukan pilihannya sendiri tanpa campur tangan dari pendapatan uang saku yang diperoleh mahasiswa tiap bulannya. Selain itu, pengaruh dari hasil perhitungan statistik logistik diperoleh bahwa pada faktor ekonomi berpengaruh secara negatif terhadap pemilihan bank mereka, sehingga dapat dikatakan para responden cenderung memilih menggunakan bank lain. Selain itu, jawaban positif pada hampir setiap indikator menunjukkan bahwa mereka menganggap masing-masing bank yang mereka pilih telah memberikan biaya yang rendah dan sama-sama menguntungkan. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya informasi yang dimiliki para responden terhadap biaya yang ditawarkan pada tiap-tiap perbankan.
5. Pada faktor keluarga telah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Ditemukan bahwa menurut responden keluarga memiliki peran yang sangat penting, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang bernilai positif terhadap seluruh indikator yang telah diberikan. Artinya dalam proses untuk memutuskan pilihan menggunakan suatu jenis perbankan, keterlibatan keluarga serta kerabat dekat merupakan hal yang selalu diutamakan. Selain itu, pengaruh dari hasil perhitungan statistik logistik diperoleh bahwa menurut responden keluarga berpengaruh secara positif. Artinya semakin besar pengaruh keterlibatan keluarga terhadap responden untuk menentukan jenis perbankan yang akan digunakan, maka responden akan cenderung menggunakan jenis perbankan yang sama dengan jenis perbankan yang digunakan keluarganya.
6. Pada faktor religiusitas telah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Ditemukan bahwa responden telah memberikan jawaban yang positif terhadap setiap indikator dari faktor religiusitas yang telah diberikan. Dari kesimpulan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa para responden dapat menghubungkan ajaran agama yang mereka percayai terhadap pemilihan jenis bank yang akan digunakannya. Artinya semakin tinggi tingkat ketaatan yang dimiliki responden terhadap agamanya akan dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam memutuskan pilihannya untuk menggunakan suatu jenis perbankan.

## **Saran**

Berdasarkan pemaparan dari hasil dan pembahasan serta hasil dari kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat diajukan peneliti antara lain sebagai berikut:

1. Pada faktor pengetahuan diharapkan agar pihak bank senantiasa lebih memperhatikan. Hal ini dikarenakan pengetahuan merupakan salah satu faktor yang dianggap penting oleh nasabah sebelum mereka memilih menggunakan suatu jasa perbankan. Pasalnya seorang nasabah tidak akan memutuskan untuk memilih suatu bank tanpa mengetahui informasi apapun tentang perbankan tersebut. Selain itu, dengan pengetahuan seseorang akan lebih mantap dalam memutuskan untuk memilih antara menggunakan Bank Syariah atau menggunakan Bank Konvensional. Selain itu pengetahuan yang matang tentang perbankan akan menimbulkan

pandangan atau persepsi yang positif terhadap sistem yang diterapkan pada perbankan tersebut. Diharapkan pihak perusahaan dapat memberikan pengetahuan dan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan tentang perbankan seperti prosedur dan perhitungan sistem keuntungan yang berlaku, tentang prinsip dan produk-produknya, serta fasilitas apa saja yang akan diberikan.

2. Meskipun dari ketiga faktor yaitu faktor pengetahuan, persepsi, keluarga, dan religiusitas dapat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, untuk faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini diharapkan agar dapat diperhatikan dengan tujuan agar jumlah nasabah pada Bank Syariah dapat bertambah agar Bank Syariah dapat bersaing secara sehat dengan perbankan lain seperti Bank Konvensional yang sudah terlebih dahulu dikenal oleh masyarakat luas.
3. Pada variabel bebas dalam penelitian ini yaitu faktor pengetahuan, faktor persepsi, faktor ekonomi, faktor keluarga, dan faktor religiusitas merupakan hal yang sangat penting agar dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti lainnya untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang akan digunakan dan merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel lain yang belum pernah dibahas dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat lebih berkembang.
4. Sosialisasi dan edukasi tentang pengetahuan Bank Syariah yang masih minim berdampak pada masyarakat luas yang kebanyakan masih belum mengetahui dan memahami tentang bagaimana prinsip-prinsip, produk, serta keuntungan dan keunggulan pada Bank Syariah. Sehingga kedepan perlu adanya peningkatan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat baik melalui media masa seperti koran, internet, buku, majalah, maupun dialog atau seminar. Sosialisasi dan edukasi ini tentu saja bukan hanya masalah halal dan haram mengenai riba atau lebel syariah saja, tetapi juga mengedepankan aspek rasional dan obyektif.
5. Dalam usaha meningkatkan pemahaman serta minat masyarakat terhadap Bank Syariah diperlukan adanya kerjasama dengan berbagai pihak seperti pemerintah, Dewan Pengawas Syariah (DPS), Majelis Ulama Indonesia (MUI), Bank Indonesia serta Bank Syariah guna memperkenalkan serta meningkatkan minat nasabah terhadap Bank Syariah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: PPSK Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. 2015. *Statistik Perbankan Syariah*.  
<http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Default.aspx> diakses pada 12 Maret 2016.
- Berkowitz, E. N. 2002. *3Marketing, 3rd Edition*. Biston: Homewood.
- Blackwell, R.D., Budiyanto, F.X., Engel, J.F. dan Miniard, P.W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Boediono. 2008. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Erniwati. 2012. *Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Produk Bank Syariah Muamalat Indonesia KCP Gajah Mada Medan*. Medan: USU Press Vol 2 No 7.
- Furchan, Arief. 2015. *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hidayat, Syarifudin. 2005. *Metode Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Junaidi. 2015. *Presepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)*. Makasar: Jurnal Fokus Bisnis, Volume 14, No 02.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kerlinger. 2006. *Asas-Asas Penelitian Behaviour. Edisi 3, Cetakan 7*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Kotler, Philip, Gary Armstrong, dan Alexander Sindoro. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Loudon, David and J. Della Bitta. 1993. *Consumer Behaviour: Concept and Application*. New York: Mc. Graw Hill.
- Madjid, Nurcholish. 1992. *Islam Doktrin dan Peradaban: Sebuah Telaah Kritis tentang Masalah Keimanan, Kemanusiaan, dan Kemodernan*. Jakarta: Yayasan Wakaf Paramadina.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mowen, J, John C. dan Michael Minor, 1994. *Perilaku Konsumen.*, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Nasution S. 2001. *Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nasution, Harun. 1986. *Islam: Ditinjau dari Berbagai Aspeknya*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Yogyakarta: Andi.
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld. 2014. *Mikroekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Pratiwi, Citra. 2016. *Analisis Pemahaman Nasabah Bank Syariah Terhadap Sistem Perbankan Islam*. Malang: Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB vol 4 no 2.
- Priantina, Anita, 2015, *Perjalanan Perbankan Syariah di Indonesia*. Artikel. Detik.com.
- Rivai Veithzal dan Arifin Arviyan, 2010 *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sahlan, Asmaun. 2012. *Religiusitas Perguruan Tinggi : Potret Pengembangan Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. Malang: Uin – Maliki Press.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen, Edisi Kedua*, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Stanton, William J dan Charles Futrell. 1994. *Fundamental of Marketing 8 Th Edition*. Singapura: Mc Grow Hill
- Sugiyono. 2008. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sukirno, Sadono. 1994. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sumar'in. 2012. *Konsep kelembagaan bank syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Utomo, Toni Prasetyo. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.