



UNIVERSITAS ANDALAS  
FAKULTAS EKONOMI

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH  
(STUDI PADA BANK MUAMALAT PADANG)**


Oleh :

**GITTA PATRICIA**  
04 152 074

**Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen**

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Strata-1  
Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*

**PADANG  
2011**

	No Alumni Universitas	<b>GITTA PATRICIA</b>	No Alumni Fakultas:
	<b>BIODATA</b>		
<p>a). Tempat/Tgl Lahir : Padang/06 Agustus 1986, b). Nama Orang Tua : Ir. Syahirman dan Zurni Z c). Fakultas : Ekonomi, d) Jurusan : Manajemen, e.) No.Bp : 04152074, f) Tanggal Lulus : 20 Januari 2011, h) Predikel lulus : Memuaskan g). IPK : h). Lama Studi : 6 tahun 2 bulan i). Alamat Orang Tua : Jln. Rawang Pasar Baru III no 14 A Padang</p>			

**ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH  
( STUDI PADA BANK MUAMALAT PADANG )**

Skripsi S1 Oleh **Gitta Patricia**, Pembimbing : **Suziana, SE, MM**

**ABSTRAK**

Perbankan Syariah muncul dengan premis bahwa bunga Bank adalah riba, yang hukumnya haram menurut Islam. Karena itu, dalam operasinya Bank-Bank Syariah tidak menganut sistem bunga, tapi sesuai dengan syariah yaitu menganut sistem bagi hasil. Dalam perkembangannya, Bank Syariah menunjukkan peran yang cukup berarti dalam memacu pertumbuhan ekonomi daerah, terutama peran strategis dalam mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor penentu keputusan konsumen terhadap pemilihan jasa perbankan syariah pada Bank Muamalat Padang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji regresi linier berganda, dengan menggunakan uji-t, uji-f dan koefisien determinan ( $R^2$ ). Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 13.00 for windows. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden sebagai sampel penelitian.

*Keywords : Syariah Bank, Consumer Behaviour*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 20 Januari 2011, dengan penguji

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	<b>Toti Srimulyati, SE, MT</b>	<b>Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM</b>	<b>Suziana, SE, MM</b>

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rival, SE, M.Si**  
NIP. 1971 0221 19970 1 1001

tangan

Tanda

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

	Pelugas Fakultas / Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, telah banyak pihak dari berbagai kalangan berbicara mengenai konsep ekonomi syariah. Hal ini tentunya tidak terlepas dari perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dalam perkembangannya, Bank Syariah menunjukkan peran yang cukup berarti dalam memacu pertumbuhan ekonomi daerah, terutama peran strategis dalam mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Jumlah kantor Bank yang telah beroperasi hingga bulan Mei 2004 mencapai 353 kantor Bank dengan nilai aset 7.56 triliun rupiah.

Perbankan Syariah muncul dengan premis bahwa bunga Bank adalah riba, yang hukumnya haram menurut Islam. Karena itu, dalam operasinya Bank-Bank Syariah tidak menganut sistem bunga, tapi sesuai dengan syariah yaitu menganut sistem bagi hasil. Namun dalam prakteknya, Bank Syariah mempunyai cakupan yang lebih luas serta tidak terbatas hanya pada karakteristik bagi hasil, yaitu meliputi pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa pihak Bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Perkembangan industri perbankan syariah ini menyebabkan timbulnya persaingan antar institusi/lembaga perbankan syariah yang ditandai dengan adanya gelombang dahsyat di peta ekonomi nasional terutama setelah diberlakukannya UU Perbankan tahun 1998 yang secara eksplisit mengakui keberadaan perbankan syariah sebagai salah satu lembaga intermediasi dalam proses pembangunan Indonesia, dengan tumbuh pesatnya institusi/lembaga perbankan syariah, diantaranya Bank Muamalat, Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, IFI Syariah, HSBC Syariah, BPD Syariah, BPR Syariah dll.

Bank Syariah menawarkan produk yang relevan dengan kebutuhan sektor UMK sebagai penggerak perekonomian Sumatera Barat serta menerapkan pola syariah yang dapat memberikan pembelajaran bagi masyarakat Sumatera Barat untuk dapat menjalankan prinsip Islam secara kaffah. Selain itu, Sumatera Barat merupakan salah satu daerah yang sebagian besar penduduknya muslim namun hal ini belum cukup membuat Bank-Bank Syariah menjadi Bank yang besar di Sumatera Barat karena minat masyarakatnya yang masih kurang. Hal ini disebabkan perkembangan sektor perbankan tidak terlepas dari perilaku konsumen dalam menentukan pilihannya dalam menggunakan jasa perbankan, apakah akan menggunakan jasa perbankan syariah atau jasa perbankan konvensional yang telah dulu memainkan perannya di industri perbankan Indonesia. Perilaku konsumen tersebut akan dipengaruhi oleh persepsi dan pemahamannya atas perbankan itu sendiri.

Selain itu perbankan merupakan sektor jasa yang sangat rentan terhadap perubahan yang dipicu teknologi, ekonomi, pasar, serta kondisi politik-

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara sendiri-sendiri Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor Sosial ( $X_2$ ), Faktor Pribadi ( $X_3$ ), Faktor Psikologis ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Perbankan Syariah
2. Secara bersamaan terdapat pengaruh Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor Sosial ( $X_2$ ), Faktor Pribadi ( $X_3$ ), Faktor Psikologis ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Perbankan Syariah .
3. Dari hasil penelitian ditemukan 43,8% dari variasi variabel Keputusan Konsumen Memilih Jasa Perbankan Syariah yang dapat dijelaskan oleh Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor Sosial ( $X_2$ ), Faktor Pribadi ( $X_3$ ), Faktor Psikologis ( $X_4$ ) sedangkan sisanya sebesar 56,2% dijelaskan oleh Variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Pada penelitian ini ternyata Faktor Pribadi ( $X_3$ ) yang merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Perbankan Syariah kemudian selanjutnya dipengaruhi oleh Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor Sosial ( $X_2$ ) dan Faktor Psikologis ( $X_4$ ).

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swasta dan T Hani Handoko. 2000. **Manajemen Pemasaran, Analisis Prilaku Konsumen**. Erlangga, Jakarta.
- Engel, F., James, Blaskwel, D., Roger, Miniard, W., Paul. 1995. **Perilaku konsumen**. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2001. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kartajaya, Hermawan. 2002. *Hermawan Kartajaya on Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Jakarta, Gramedia.
- Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Millenium. Jakarta, Gramedia.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders J., and Wong V. 2001. *Principles of Marketing, Third Edition*. Prentice Hall, New Jersey.
- Nugroho, Bhuono Agung. 2005. **Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS**. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Peter, J. P. & Olson, J. 2000. **Perilaku Consumer Behavior Konsumen dan Strategi Pemasaran**. Erlangga, Jakarta.
- Priyanti, Dini Ratih. **Analisis Mutu Pelayanan di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Unit Usaha Syariah – Bank Permata)**. Jurnal Bisnis dan Manajemen <http://www.google.com> [30 Juni 2010]
- Sekaran, Uma. 2006. **Research Methods for Business**. Edisi Empat, Jilid1&2. Jakarta, Salemba Empat.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Kanuk. 2000. *Consumer Behavior Fifth Edition*. Prentice Hall Inc. New Jersey.
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. **Prilaku Konsumen**. Bogor, Kencana.