

SKRIPSI

**IDENTIFIKASI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH BANK SYARIAH ATAU BANK KONVENSIONAL**

OLEH

NELLY FAUZIAH

NPM : 1502100191



**Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1440 H/2020 M**

**IDENTIFIKASI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH BANK SYARIAH ATAU BANK KONVENSIONAL**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH

NELLY FAUZIAH

NPM : 1502100191

Pembimbing I : Liberty, S.E.,M.A.

Pembimbing II : Selvia Nuriasari, M.E.I.

**Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1441 H/2020 M

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Atau Bank Konvensional**
Nama Mahasiswa : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Telah disetujui untuk dimunaqosahkan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

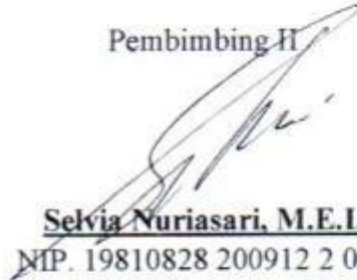
Pembimbing I



Liberty, S.E., M.A.

NIP. 19740824 20003 2 002

Pembimbing II



Selvia Nuriasari, M.E.I.

NIP. 19810828 200912 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296,
Website: www.metroiau.ac.id | Email: iaimetro@metroiau.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 2309/11.25.3/0/PP-00-3/07/2020

Skripsi dengan judul: Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Atau Bank Konvensional, disusun oleh: Nelly Fauziah, NPM 1502100191, Jurusan: Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin, 29 Juni 2020.

TIM PENGUJI :

Ketua : Liberty, S.E.,M.A
Penguji I : Hermanita, S.E.,M.M
Penguji II : Selvia Nuriasari, M.E.I
Sekretaris : Fitri Kurniawati, M.E.Sy



Dekan,



Dr. Widiyana Ningsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Jln. Ki Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296, Email: Stainjusi@stainmetro.ac.id, Web: www.stainmetro.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (Satu) Eksemplar
Perihal : **Pengajuan Munaqosah**

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di Metro

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami adakan pemeriksaan dan pertimbangan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **IDENTIFIKASI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH
ATAU BANK KONVENSIONAL**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Metro, Februari 2020

Pembimbing II

Pembimbing I

Liberty, S.E., M.A.

NIP. 19740824 20003 2 002

Selvia Nuriasari, M.E.I.

NIP. 19810828 200912 2 003

ABSTRAK

IDENTIFIKASI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH ATAU BANK KONVENSIONAL

Oleh

Nelly Fauziah

1502100191

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penentu keputusan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih bank syariah dan bank konvensional. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam IAIN Metro.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Atau Bank Konvensional maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut faktor-faktor penentu keputusan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih bank syariah atau bank konvensional yaitu faktor pekerjaan, gaya hidup, keluarga dan kepribadian. Proses pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah pada dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro lebih didasarkan pada kebutuhan, sebagian besar dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro menggunakan bank umum atau bank konvensional lebih kepada tuntutan pekerjaan dimana lembaga tempat bekerja memberikan gaji melalui bank umum, sedangkan secara pribadi sebagian dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro lebih memilih Bank Umum Syariah dikarenakan bank umum syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kata Kunci: Faktor, Keputusan, Memilih, Bank

ORISINALITAS PENELLYTIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil peNellytian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Februari 2020

Menyatakan


NELLY FAUZIAH
NPM 1502100191

MOTTO

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا أُسِّرَ الْأَمْرُ
إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ

*Artinya : Dari Abu Hurairah R.A. berkata : Rasulullah SAW bersabda
"Jika sesuatu urusan diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka
tunggulah akan kehancurannya". (HR. Ahmad bin Hambal)¹*

¹ Ahmad bin Hambal, *Sunan Ahmad bin Hambal, Jilid III*, Dar Al-Maktab Al- Islamiyah,
(Beirut: Lebanon, 1993), 361.

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Saya persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Sarjan dan Ibu Ngatimah yang tidak pernah lelah mendo'akan dan mendukung peneliti baik dalam bentuk moril materil serta tak pernah henti memberikan kasih sayang dan motivasi yang tiada batas.
2. Suamiku (Yonesa Putra) dan anakku (Muhammad Dafa Al Fahri) yang sangat saya sayangi.
3. Adikku Fadli Muhammad Fauzi yang aku sayangi
4. Kakek dan Nenekku yang selalu menasehatiku untuk terus giat belajar.
5. Ibu Liberty, S.E.,M.A. selaku pembimbing I yang selalu sabar memberikan pengarahan dan bimbingan yang sanga tberharga.
6. Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I. selaku pembimbing II yang selalu sabar memberikan pengarahan dan bimbingan hingga skripsi ini selesai.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segalapuji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Atau Bank Konvensional**” ini tanpa ada halangan suatu apapun. Rahmat dan salam mudah-mudahan senantiasa Allah tetapkan kepada Nabi Muhammad saw yang telah menghantarkan umatnya kealam yang penuh barokah.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak akan selesai tanpa ada bantuan dan bimbingan serta dorongan yang peneliti terima. Oleh sebab itu peneliti ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik moral maupun material terutama kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Bapak Liberty, S.E.,M.A. selaku pembimbing I dan Bapak Selvia Nuriasari, M.E.I. selaku pembimbing II dalam peneliian skripsi ini.
5. Semua dosen yang telah turut membantu dan mendorong penyelesaian peneliti skripsi ini.

6. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan bantuan dalam penelitian skripsi ini.

Peneliti berharap mudah-mudahan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya pada peneliti.

Metro, Oktober 2019
Peneliti,



NELLY FAUZIAH
NPM. 1502100191

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Penelitian yang Relevan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Nasabah	11
1. Pengertian Keputusan Nasabah	11
2. Proses Pengambilan Keputusan Nasabah	13
3. Tingkat Pengambilan Keputusan Nasabah	16
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah.....	17
B. Bank Syariah.....	25
1. Pengertian Bank Syariah	25
2. Produk-produk Bank Syariah	26

C. Bank Konvensional.....	28
1. Pengertian Bank Konvensional	28
2. Produk-produk Bank Konvensional	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	34
B. Sumber Data	35
C. Teknik Pengumpulan Data	36
D. Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian.....	41
1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro	41
a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro	41
b. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro	42
2. Deskripsi Data Penelitian	43
a. Deskripsi Informan	43
b. Proses Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah.....	48
c. Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah atau Bank Konvensional	56
B. Pembahasan	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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. Dukungan terhadap pengembangan perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya “dual banking system”, dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha syariah.

Dalam al-Qur'an istilah bank disebutkan secara eksplisit. Tetapi jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban, maka semua itu disebutkan dengan jelas Seperti, zakat, *bai'* (jual beli), *al-dayn* (utang dagang), *maal* (harta), dan sebagainya.²

* إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ
تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

² Ahlan Nur, “Perbankan Dalam Perspektif al-Qur'an dan Hadist”, Pedagogik, Vol. 4, No. 2 (2017), 92.

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.³

Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. 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.⁴

Keputusan merupakan suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu puluhan dari beberapa alternatif yang tersedia. Bila seorang dihadapkan pada dua pilihan yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan. Semua orang yang mengambil keputusan setiap hari dalam hidupnya. Hanya saja keputusan yang diambil kadang-kadang tanpa mereka sadari.

³ QS. An Nisa (4): 58

⁴ Husain Muh Irsyad, “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FIAI UII Dalam Memilih Layanan Bank (Syariah)”, *Manajemen* Vol. 1 No. 1 Juni 2016, 3.

Perilaku konsumen pada dasarnya adalah suatu proses yang kompleks yang mencakup beberapa aktivitas, peran, dan keterlibatan manusia pada berbagai keadaan dari pengaruh faktor lingkungan.⁵ Pemahaman akan perilaku konsumen dapat diaplikasikan dalam beberapa hal, salah satunya adalah untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik. Perilaku pembelian konsumen memang merupakan suatu pembahasan yang unik dan menarik, sebab bahasan ini menyangkut pada berbagai faktor di berbagai dimensi kehidupan manusia yang berbeda-beda. Selama manusia tersebut melakukan kegiatan perekonomian dalam kehidupan, maka selama itu kita akan selalu mendapatkan fenomena-fenomena baru dalam pola perilaku pembeliannya.⁶

Proses pengambilan keputusan diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi konsumen. Di dalam proses membandingkan ini konsumen memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya tergantung kebutuhan konsumen serta situasi yang dihadapinya.

Menurut Berkowitz terdapat empat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu pengaruh situasional (*situational influences*), pengaruh psikologis (*psychological influences*), pengaruh sosio-budaya (*sociocultural influences*), dan pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix influences*).⁷ Dari keempat faktor tersebut, faktor psikologis merupakan

⁵ Basu Swastha, & Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE, 2011), 101.

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prehallindo, 2002), 40.

⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 47.

faktor yang muncul dari dalam diri konsumen. Faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan konsumen menurut Kotler dan Amstrong dapat dijabarkan menjadi 4 variabel, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap.⁸ Keputusan dalam melakukan pemilihan merupakan hal yang sangat kompleks terjadi melalui proses yang sangat panjang. Pada dasarnya keputusan untuk melakukan selalu muncul dan diawali oleh adanya rasa ingin tahu akan kebutuhan terhadap suatu produk, baik berupa barang atau jasa. Beberapa dari faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dapat dikendalikan oleh penjual, tetapi beberapa faktor lain tidak dapat dikendalikan. Jika dilihat dari kebutuhan konsumen dapat timbul dengan sendirinya karena faktor psikologis, dan juga disebabkan karena adanya kebutuhan lain yang bersifat tersembunyi yang akan muncul apabila didorong oleh faktor budaya, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga. Dengan kata lain keputusan pemilihan suatu produk baik barang maupun jasa disebabkan karena pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal.⁹

Salah satu fenomena yang cukup menarik perhatian penulis yaitu banyaknya pemilihan bank konvensional dibandingkan bank syariah baik yang terjadi di kalangan masyarakat pada umumnya dan di kalangan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro pada khususnya. Menurut hemat penulis menggambarkan persepsi umum masyarakat terhadap bank syariah yang

⁸ Andi Faisal Bahari, Muhammad Ashoer, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata", *Jurnal Manajemen*, Juni, Vol. 5 No.1, 2018, 71.

⁹ Desyra Sukma Dewanthi, "Faktor Sosial dan Personal Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Barang Fashion Tiruan (*Counterfeited Fashion Goods*)", *Journal of Business Strategy and Execution* Vol. 8 No. 1, 25-43.

ternyata berdampak pada keengganan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro untuk menjadi nasabah dan mendapatkan pembiayaan dari perbankan syariah. Karena masalah penting dalam perbankan syariah dan dipersepsikan salah oleh masyarakat awam. Pertama, mengenai benchmark pembiayaan dan bagi hasil dengan tingkat suku bunga (*interest rate*) yang berlaku umum. Masalah kedua adalah pembiayaan pada perbankan syariah yang dipersepsikan hanya menganut prinsip bagi hasil.

Berdasarkan hasil pra survey dengan salah satu dosen FEBI IAIN Metro yang berinisial EY dapat diketahui bahwa pada awalnya beliau menggunakan jasa dan layanan perbankan syariah sekitar tahun 2012 sedangkan pada tahun 2016 Beliau memilih bank konvensional yaitu Bank Rakyat Indonesia. Produk yang sering digunakan di bank syariah hanyalah produk tabungan saja sedangkan pelayanan yang sering digunakan berkaitan dengan pelayanan *Customer Service* (CS).¹⁰ Kurangnya sosialisasi dan sulitnya akses bank syariah menjadi salah satu alasan dosen dan karyawan khususnya lebih memilih bank konvensional. Ini adalah salah satu kendala yang dihadapi perbankan syariah di Indonesia saat ini, ditambah lagi tingkat pengetahuan yang kurang terhadap bank syariah menjadikan dosen dan karyawan lebih memilih bank konvensional untuk kebutuhan transaksinya.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk meneliti apa saja faktor-faktor yang berpengaruh pada Keputusan Nasabah dalam memilih

¹⁰ Hasil *Interview* pada tanggal 20 Oktober 2018

perbankan dengan judul “**Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Atau Bank Konvensional**”.

B. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana faktor-faktor penentu keputusan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih bank syariah atau bank konvensional?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan proposal ini adalah: Untuk mengetahui faktor penentu keputusan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih bank syariah dan bank konvensional.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dilakukan untuk menambah khasanah keilmuan penulisan di bidang perbankan secara umum perbankan syariah secara khususnya. Penelitian merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan teori khususnya di bidang perbankan dalam dunia praktek yang sesungguhnya serta untuk mengembangkan pemikiran mengenai faktor penentu pengambilan Keputusan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih bank syariah dan bank konvensional.

2. Bagi dosen dan karyawan

Sebagai bahan rujukan untuk memilih dari salah satu bank yang ada di Indonesia. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga perusahaan akan mudah untuk melakukan pengembangan produk bank syariah maupun bank konvensional.

3. Bagi Akademik

Memberikan informasi dan tambahan referensi dalam hal perbankan syariah. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang perbankan.

E. Penelitian Relevan

Sebelum penelitian yang penulis lakukan, telah ada beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan. Beberapa karya ilmiah dan hasil penelitian sebelumnya yang pokok bahasannya hampir sama dengan penelitian ini adalah:

Pertama, dalam Jurnal yang disusun oleh Rohmadi, Nurbaiti, Junaidi, dengan judul “Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional Di Kota Bengkulu”.¹¹

¹¹ Rohmadi, Nurbaiti, Junaidi, “Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional Di Kota Bengkulu”, *Manhaj*, Vol. 4, Nomor 3, September – Desember 2016.

Penelitian tentang perilaku yang mendasari kedua konsumen saat ini dan calon dalam industri perbankan merupakan masalah penting. Pilihan konsumen di lembaga perbankan memilih tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi tetapi juga dapat mempengaruhi faktor nonekonomi, seperti sikap dan keyakinan mereka. Hasil faktor analysis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam dimensi yang mendasari keputusan mereka dalam memilih bank. Dalam kasus bank syariah, ada beberapa dimensi, yaitu; persepsi, jual personal, keluarga, biaya dan manfaat, agama dan keyakinan. Sementara bagi bank konvensional dimensi yang mendasari seperti dipengaruhi oleh rasional motivasi, biaya dan manfaat, keluarga, kegiatan promosi, dan gaya hidup. Analisis lebih lanjut melalui analisis crosstab, terdapat beberapa hubungan antara beberapa dimensi yang digunakan dalam penelitian ini. Hubungan tersebut telah ditemukan antara umur, pendapatan, tingkat pendidikan, pekerjaan dan jenis perbankan yang responden memilih. Penelitian ini juga menemukan bahwa tidak ada hubungan antara persepsi repondent pada bunga dan jenis bank yang mereka pilih. Dengan kata lain, mayoritas responden penelitian ini tidak setuju dengan prinsip bunga namun mereka masih memilih untuk berurusan dengan lembaga perbankan berdasarkan alasan ekonomi mereka.

Kedua, dalam Jurnal yang disusun oleh Alvin Handrianto Saputra, Rinda Hesti Kusumaningtyas, Nita Alfiani dengan judul: “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan (Studi

Kasus : Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”,¹² Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor yang diuji kepada mahasiswa/i UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa faktor pengetahuan konsumen tentang produk produk perbankan, faktor pelayanan, dan faktor lokasi sangatlah mempengaruhi penentu keputusan mahasiswa/i UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam memilih produk perbankan dengan persentase >75%. Faktor psikologi hanya sedikit mempengaruhi penentu keputusan mahasiswa/i UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam memilih produk perbankan karena hanya memiliki presentase <75%.Sedangkan faktor pelayanan merupakan faktor yang paling mempengaruhi penentu keputusan mahasiswa/i UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam memilih produk perbankan. Hal ini bisa dilihat dari nilai presentaseyang dihasilkan sebesar 81.7%.

Ketiga, dalam Jurnal yang disusun oleh Ela Patriana dan Nurismalatri dengan judul: “Analisis Faktor Penentu Keputusan Konsumen Muslim Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional”,¹³ di dalamnya menjelaskan bahwa pertama, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim, dalam memilih produk perbankan syariah terdiri atas empat faktor yang terbentuk. Faktor tersebut adalah: (a) Faktor 1, terdiri atas *product, people, proses* dan *physical evidence*; (b) Faktor 2 adalah

¹² Alvin Handrianto Saputra, Rinda Hesti Kusumaningtyas, Nita Alfiani, “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan (Studi Kasus : Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”, *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 10 No. 1, 2017.

¹³ Ela Patriana dan Nurismalatri, “Analisis Faktor Penentu Keputusan Konsumen Muslim Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional”, *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan)*, Volume 3, Nomor 1, Januari - Juni 2018

assurance, responsiveness dan *tangible*; (c) Faktor 3 adalah kognitif, *feeling* dan *intense to use*; sedangkan (d) Faktor 4 adalah *promotion*. Dengan melihat variabel pembentuk faktor maka faktor 1 disebut proses, faktor 2 disebut *assurance*, faktor 3 disebut *intense to use* dan faktor 4 disebut *promotion*.

Kedua. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim dalam memilih produk perbankan konvensional terdiri atas empat faktor yang terbentuk. Faktor tersebut adalah (a) Faktor 1, terdiri atas *assurance, responsiveness, tangible, empathy* dan *reliability*; (b) Faktor 2 adalah *people, process* dan *physical evidence*; (c) Faktor 3 adalah *feeling* dan *intense to use*, (d) Faktor 4 adalah *promotion*. Dengan melihat variabel pembentuk faktor, maka faktor 1 disebut *reliability*, faktor 2 disebut *people*, faktor 3 disebut *feeling* dan faktor 4 disebut *promotion*

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh faktor perilaku dosen dan karyawan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah. Di mana dalam penelitian ini peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai faktor perilaku dosen dan karyawan yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Keputusan Nasabah

Menurut UU RI No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau UUS.¹⁴ Pada Undang-Undang Perbankan Nasabah dibedakan menjadi beberapa klasifikasi yaitu ; (1) Nasabah penyimpan, adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau UUS dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan. (2) Nasabah Investor, adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau UUS dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan. (3) Nasabah Penerima Fasilitas, adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan Prinsip Syariah. Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka perusahaan harus mengenal betul karakter nasabah secara umum. Karakter nasabah sulit sekali untuk diidentifikasi, karena penampilan dan profesi tidak selalu dengan konsisten mencerminkan penampilan seseorang.

¹⁴ *Undang-Undang Republik Indonesia tentang Bank Indonesia dan Perbankan Syariah*, (Bandung: Citra Umbara, 2009), 442.

Karakteristik dan perilaku nasabah. Pada industri bank tidak mengenakan pembelian akan tetapi keputusan nasabah sebab dalam bank menjual jasa. Sehingga keputusan nasabah disini diartikan keputusan nasabah menggunakan jasa. Dalam keputusan menggunakan jasa, biasanya pelaku erat dikaitkan dengan perilaku dalam pembelian.¹⁵

Menurut Nugroho J. Setiadi keputusan membeli seseorang merupakan “hasil suatu hubungan yang saling memengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi”.¹⁶

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.¹⁷

Menurut G.R Terry, keputusan pembelian adalah “Decision making can be defined as the selection based on some criteria of one behavior alternative from two or more possible alternative”¹⁸ Artinya: Pengambilan keputusan dapat didefinisikan sebagai pemilihan alternatif kelakuan tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.

Menurut Kanuk keputusan pembelian adalah proses penyeleksian terhadap dua pilihan alternatif atau lebih yang menghasilkan keputusan

¹⁵ Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, Siti Hamidah Rustiana, “Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)”, *JRMB*, Volume 1, Nomor 2 1, Juni 2016, 3.

¹⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 14.

¹⁷ Santri Zulaicha, Rusda Irawati, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”, *Inovbiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, Desember 2016, 124.

¹⁸ H. Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2006), 54.

untuk membeli atau tidak membeli. Pilihan alternatif harus tersedia ketika konsumen akan mengambil keputusan. Proses pengambilan keputusan pembelian membutuhkan pencarian atau penerimaan informasi yang berbeda.¹⁹

Berdasarkan uraian di atas, maka pengertian dari pengambilan Keputusan Nasabah adalah suatu proses kognitif yang terdiri dari serangkaian tahapan untuk memilih salah satu diantara dua pilihan alternatif atau lebih untuk memenuhi kebutuhan.

2. Proses Pengambilan Keputusan Nasabah

Menurut Engel, Blackwell & Miniard, proses yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan terdiri dari:

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pengambilan Keputusan Nasabah membeli produk tertentu, buatan perusahaan tertentu, atau merek dagang tertentu, dimulai sejak mereka merasakan suatu kebutuhan tertentu yang belum terpenuhi. Proses membeli diawali dengan adanya kebutuhan. Kebutuhan timbul karena adanya perbedaan antara keadaan yang sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan. Pengenalan kebutuhan pada hakikatnya tergantung pada banyaknya ketidaksesuaian antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan.²⁰

¹⁹ Schiffman dan Kanuk, *Perilaku konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2008), hlm. 485

²⁰ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), 51.

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan seseorang normal-rasa lapar, seks-naik ketinggian maksimum dan menjadi dorongan; atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal. Seseorang mungkin mengagumi mobil baru tetangga atau melihat iklan televisi untuk liburan ke Hawaii, yang memicu pemikiran tentang kemungkinan melakukan pembelian.²¹

Pengenalan kebutuhan pada dasarnya tergantung pada banyaknya ketidaksesuaian antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan

b. Pencarian Informasi

Intensitas upaya konsumen mencari informasi tentang produk yang mereka butuhkan ditentukan berbagai macam sebab, antara lain mendesaknyanya kebutuhan dan nilai produk yang dibutuhkan. Pencarian informasi ditentukan oleh situasi, produk, pengecer dan karakteristik konsumen (pengetahuan, keterlibatan, kepercayaan dan sikap, serta karakteristik demografi).²²

c. Evaluasi Alternatif

Setelah konsumen mengumpulkan informasi tentang jawaban alternatif terhadap suatu kebutuhan yang dikenali, maka konsumen

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, Edisi 12, 2007), 117.

²² Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, 51.

mengevaluasi pilihan serta menyempitkan pilihan pada alternatif yang diinginkan.²³

Bagaimana konsumen mengolah informasi merek mereka yang bersaing dan membuat penilaian akhir? Tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau oleh satu konsumen dalam semua situasi pembelian. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model-model terbaru yang memandang proses evaluasi konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional.²⁴

d. Pembelian

“Apabila tidak ada faktor-faktor lain yang memengaruhinya, konsumen akan membeli produk dengan merek yang paling banyak menjanjikan atribut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Akan tetapi apabila pada saat konsumen akan memutuskan pembelian timbul faktor-faktor yang menghambat keputusan pembelian, maka faktor-faktor tersebut akan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.”²⁵

e. Pemakaian

Setelah terjadi pembelian, konsumen telah memiliki produk dan konsumsi dapat terjadi pada saat konsumen menggunakan produk.

²³ Rachmad Hidayat, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Decision Making Process* (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura)”, *JieMS* Vol. 9, No 2, August 2016, 80.

²⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 184.

²⁵ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, 53.

Bagaimana konsumen menggunakan produk menunjukkan kepuasan mereka terhadap keputusannya tersebut dan apakah mereka akan membeli produk atau merek yang sama di masa yang akan datang.²⁶

f. Evaluasi Setelah Pemakaian

Setelah pemakaian, langkah selanjutnya adalah evaluasi di mana konsumen merasakan puas atau tidak puas terhadap produk yang telah dikonsumsi.²⁷

Setelah pembelian dilakukan, konsumen akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Konsumen akan membandingkan produk yang telah ia beli, dengan produk lain. Hal ini dikarenakan konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas-fasilitas tertentu pada barang yang telah ia beli, atau mendengar keunggulan tentang merek lain.²⁸

3. Tingkat Pengambilan Keputusan Nasabah

Engel membagi pengambilan keputusan ke dalam beberapa tingkatan, yaitu:

a. Pengambilan Keputusan Diperluas

Ketika konsumen belum memiliki kriteria untuk mengevaluasi kategori produk atau merek yang memenuhi kategori tertentu atau banyaknya merek yang harus dipertimbangkan terlalu banyak, usaha

²⁶ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 124.

²⁷ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, 124.

²⁸ Dwi Ajeng Wulandari, Farah Oktafani, "Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike", *Jurnal Computech & Bisnis* Vol. 11 No. 1 Juni 2017, 52.

pengambilan keputusan tersebut dikategorikan sebagai pengambilan keputusan diperluas. Pada tingkat pengambilan keputusan diperluas konsumen memerlukan informasi yang banyak untuk menentukan kriteria guna mengambil keputusan.²⁹

Tahapan proses pengambilan keputusan diikuti meskipun tidak berurutan dan akan banyak alternatif yang dievaluasi. Jika hasil yang diharapkan terpenuhi, maka keputusan ditunjukkan dalam bentuk rekomendasi pada orang lain dan keinginan untuk membeli kembali.³⁰

b. Pengambilan Keputusan Antara

Pengambilan keputusan ini berada diantara kedua titik ekstrim yaitu pengambilan keputusan diperluas dan pengambilan keputusan terbatas. Tahap pencarian informasi dan evaluasi alternatif juga dilakukan oleh konsumen tetapi intensitasnya terbatas.³¹

c. Pengambilan Keputusan Terbatas

Pada tingkat ini, konsumen telah menentukan kriteria dasar untuk melakukan evaluasi kategori produk dan berbagai merek untuk kategori produk tersebut. Pencarian informasi tambahan tentang masing-masing merek ditujukan agar pilihan menjadi lebih baik.

²⁹ Yohanes Suhari, "Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya", *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Volume XIII, No.2, Juli 2008, 141.

³⁰ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 44.

³¹ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*, 44.

Pengambilan keputusan dalam membeli dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.³²

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Perilaku nasabah bank dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keyakinan nasabah terhadap bank yang bersangkutan, kepuasan konsumen terhadap pelayanan bertransaksi, keyakinan terhadap referen serta pengalaman masa lalu konsumen. Keputusan pembelian barang /jasa termasuk jasa perbankan sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, keyakinan, lokasi, dan psikologi.³³

Menurut Jhon Sviokla “faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa yaitu kualitas pelayanan”. Kualitas Pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³⁴

Menurut Kotler terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis.³⁵

³² Yohanes Suhari, “Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya”, 141.

³³ Alvin Handrianto Saputra, Rinda Hesti Kusumaningtyas, Nita Alfiani, “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan (Studi Kasus : Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”, *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 10 No. 1, 2017, 22.

³⁴ I Gede Adi Wirapradnyana1, Lulup Endah Tripalupi1, Anjuman Zukhri, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng”, *e-Journal Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014, 4.

³⁵ Aprizal, *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing* (Makasar: Celebes Media Perkasa, 2018), 74.

a. Faktor Budaya

Budaya adalah penyebab dasar keinginan dan perilaku konsumen. Perilaku manusia sebagian besar merupakan hasil proses belajar. Sewaktu tumbuh dalam suatu masyarakat, seorang anak belajar mengenai nilai persepsi, keinginan, dan perilaku dasar dari keluarga dan lembaga penting lainnya.³⁶

Budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi lainnya. Kelas sosial berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam berbelanja, hal ini dibuktikan bahwa kelas sosial konsumen dapat menunjukkan pemilihan terhadap merek atau produk tertentu yang dibeli oleh konsumen. Konsumen yang berada pada kelas sosial tinggi, akan membeli produk dengan model, merek-merek yang terkenal dan memiliki kualitas yang bagus. Indikator yang digunakan untuk mengukur kelas sosial, yaitu (a) tingkat penghasilan dan (b) tingkat kesejahteraan.³⁷

b. Faktor Sosial

1) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

³⁶ Kotler & Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2007), 200-201

³⁷ Kadek Indayanti, et. Al., "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Mobil", dalam *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, (Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha), Volume 2 Tahun 2014, 4.

Kelas sosial ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan lain-lain. Dalam beberapa sistem sosial, anggota dari kelas yang berbeda memelihara peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.³⁸

Kelas sosial berbeda dengan status sosial walaupun sering kedua istilah ini diartikan sama. Sebenarnya kedua istilah tersebut merupakan dua konsep yang berbeda. Contohnya, walaupun seorang konsumen berada pada kelas sosial yang sama, memungkinkan status sosialnya berbeda, atau yang satu lebih tinggi status sosialnya daripada yang lainnya.

Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen dapat dikarakteristikan antara lain:

- a) Kelas sosial golongan atas memiliki kecenderungan membeli barang-barang yang mahal, membeli pada toko yang berkualitas dan lengkap (toko serba ada, supermarket), konservatif dalam konsumsinya, barang-barang yang dibeli cenderung untuk dapat menjadi warisan bagi keluarganya
- b) Kelas sosial golongan menengah cenderung membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit, misalnya membeli kendaraan, rumah mewah, perabot rumah tangga.
- c) Kelas sosial golongan rendah cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitasnya. Pada umumnya mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari, memanfaatkan penjualan

³⁸ Suprihati, Wikan Budi Utami, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsuen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo", dalam *Paradigma*, (Surakarta: STIE AAS Surakarta), Vol. 13, No. 1, Juli 2015, 107.

barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi.³⁹

2) Keluarga

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.⁴⁰

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara eksensif. Para pemasar tertarik dengan peran dan pengaruh relative dari suami, istri dan anak-anak dalam pembelian berbagai macam produk dan jasa. Peran dan pengaruh ini akan sangat bervariasi di Negara-negara dan kelas-kelas social yang berbeda.⁴¹

Anggota keluarga dapat mempengaruhi tingkah laku pembeli. Keputusan pembelian keluarga tergantung pada produk dan situasi anggota keluarga individual menggunakan jumlah pengaruh yang berbeda.

c. Faktor-faktor Kepribadian

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

³⁹ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, 43.

⁴⁰ *Ibid.*, 44.

⁴¹ Juli E.S Towoliu, Willem. J.F.A Tumbuan, "Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado", dalam *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2 Juni 2017, 310.

1) Usia dan Siklus Hidup Keluarga

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga.⁴²

2) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Selain itu, biasanya pemilihan produk juga dilakukan berdasarkan oleh keadaan ekonomi seseorang seperti besaran penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.⁴³

3) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah suatu bentuk kompensasi terhadap kekurangsempurnaan tertentu. Gaya hidup adalah bagaimana orang menghabiskan waktu dan uangnya. Artinya pemasar bisa menganalisis gaya hidup seseorang dari bagaimana orang itu beraktivitas yaitu menjalankan tuntutan pekerjaannya, memenuhi hasratnya untuk melakukan berbagai hobinya berbelanja, maupun melakukan olahraga kegemarannya.⁴⁴

Gaya hidup dapat diartikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya

⁴² Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, 45.

⁴³ *Ibid.*, 46.

⁴⁴ Sunaryo, *Psikologi* (Jakarta: EGC, 2004), 109.

sebuah gaya hidup yang sama. Melihat hal ini sebagai sebuah peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar yang mengarahkan merek mereka kepada gaya hidup seseorang.⁴⁵

4) Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berpikir, persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan membeli.⁴⁶

Setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik kepribadian yang berbeda-beda yang dapat mempengaruhi aktivitas kegiatan pembeliannya. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang berbeda yang menghasilkan sebuah tanggapan relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi.⁴⁷

⁴⁵ *Ibid.*, 109.

⁴⁶ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, 45.

⁴⁷ *Ibid.*, 45.

5) Psikologis

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya sebagai berikut:

a) Motivasi

Istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. Kebutuhan psikologis yang muncul adalah kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa memiliki. Kebanyakan dari kebutuhan ini tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang.⁴⁸

b) Persepsi

Persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Dalam kehidupan sehari-hari, kita akan melihat reaksi setiap orang akan berbeda sekalipun stimuli yang dihadapi adalah sama baik bentuknya, tempatnya dan waktunya. Umpamanya, dua orang pada lingkungan yang sama akan berbeda bentuk reaksinya dalam menghadapi stimuli yang sama. Hal ini karena komposisi potensi dan kapabilitas mereka berbeda dalam

⁴⁸ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi & Pengukurannya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 3.

menunjukkan kemampuan, kualitas, berpikir dan keakuratan mengambil tindakan. Kaitan ini sifatnya sangat individu.⁴⁹

Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen muslim, perbedaan persepsi manusia ini tidak dapat dielakkan. Namun demikian, bukan berarti bahwa persepsi tidak memiliki rambu-rambu, sebab pada dasarnya ada batasan-batasan tertentu yang harap ditaati persepsi agar tidak liar.⁵⁰

c) Pengetahuan dan pembelajaran

Pada umumnya perilaku manusia merupakan hasil dari proses belajar. Pengetahuan seorang dihasilkan melalui unsur-unsur dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan yang saling berinteraksi satu sama lainnya.

Pembelajaran berdampak pada adanya perubahan seorang individu/konsumen dikatakan belajar jika ada perubahan ke arah yang lebih baik dalam tiga aspek (kognitif, afektif dan psikomotor) yang bersifat permanen. Konsumen akan belajar setelah mendapatkan pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain.⁵¹

⁴⁹ Rohmaul Listyana & Yudi Hartono, "Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)", *Jurnal Agasty*, Vol 5 No 1 Januari 2015, 121

⁵⁰ Rohmaul Listyana & Yudi Hartono, "Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)", 121.

⁵¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2013), 25.

d) Sikap dan Kepercayaan

Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Sikap memengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan memengaruhi sikap.⁵²

Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Selain itu terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu pemasaran

d. Pemasaran (Eksternal)

Dalam dunia perbankan fungsi jabatan *marketing funding* juga sering disebut dengan *funding officer*. *Funding officer* pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai *outcome* dari kegiatan distribusi dan logistic, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi.

⁵² *Ibid.*, 26.

Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Lebih jauh Kotler dan AB. Santoso menjelaskan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain". Definisi ini berdasarkan pada konsep inti; kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk; nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar; pemasaran dan pemasar, sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.⁵³

Dengan demikian, untuk meningkatkan minat nasabah pada Bank Syariah sangat memerlukan strategi dalam memasarkan produk dan jasanya. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.

Dengan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan target pasar tentu saja sangat membantu memperlancar dalam menjual produk-produknya. Semakin banyak produk terjual ke pasar akan memberikan kontribusi pada peningkatan penerimaan perusahaan, dan

⁵³ Nilam Sari, "Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam", *Media Syariah*, Vol. XIV No. 2 Juli – Desember 2012, 201.

pada akhirnya dapat berpengaruh langsung pada pencapaian target keuntungan yang semakin meningkat pula.⁵⁴

B. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan salah satu industri jasa yang menawarkan produk sesuai kebutuhan syariah. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.⁵⁵ Pendapat lain mengatakan bahwa bank syariah adalah bank yang menggunakan prinsip bagi hasil secara adil, berbeda dengan bank konvensional yang bersandarkan pada bunga.⁵⁶

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.⁵⁷

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis

⁵⁴ Ismawati, "Peran Dan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Panakukang Kota Makassar", *AL-Mashrafiyah*, Vol. 3 Nomor 1 April 2019, 71-72.

⁵⁵ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014), 32.

⁵⁶ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 7.

⁵⁷ Dadan Mutaqqin, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah, Bank, LKM, Asuransi, dan Reasuransi*, (Yogyakarta: Safiria Insania Press, 2008), 14.

Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram.

2. Produk-produk Bank Syariah

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi menerima pendanaan dari nasabah dan meminjamkannya kepada nasabah (unit ekonomi) lain yang membutuhkan dana. Atas pendanaan para nasabah itu bank memberi imbalan berupa bagi hasil. Demikian pula, atas pemberian pembiayaan itu bank mewajibkan bagi hasil kepada para peminjam. Peran bank syariah dianggap mampu untuk memenuhi kebutuhan manusia, dan aktivitas perbankan dapat dipandang sebagai wahana bagi masyarakat modern untuk membawa mereka kepada pelaksanaan kegiatan tolong-menolong dan menghindari adanya dana-dana yang menganggur. Selain itu bank syariah juga menyediakan produk-produk jasa yang dapat dimanfaatkan oleh nasabahnya.

Secara garis besar produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah menjadi tiga bagian besar, yaitu:

- a. Produk penghimpunan dana (*funding*)
Produk-produk yang tergabung disini adalah produk yang bertujuan untuk menghimpun dana masyarakat. Dalam sistem perbankan syariah simpanan diterima berdasarkan prinsip wadiah dan mudharab, yaitu:
 - 1) Giro Wadi'ah
Giro wadi'ah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (*current account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya
 - 2) Tabungan Wadia'ah
Tabungan Wadi'ah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*saving*)

account) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya, seperti giro wadi'ah, tetapi tidak sefleksibel giro wadi'ah, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek.

3) Deposito Syariah

Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank.

b. Produk pembiayaan/penyaluran dana (*financing*).

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujjroh, tanpa imbalan, atau bagi hasil. Produk-produk yang tergabung di sini adalah produk yang bertujuan untuk membiayai kebutuhan masyarakat. Dalam sistem perbankan syariah pembiayaan dibedakan menjadi:

1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk:

a) *Mudharabah*, berdasarkan prinsip ini, bank Islam akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana.

b) *Musyarakah* yaitu transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana dan atau barang untuk menjalankan usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.

2) Transaksi jual beli dalam bentuk:

a) *Murabahah* yaitu transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

b) *Salam* yaitu transaksi jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran tunai terlebih dahulu secara penuh.

c) *Istishna'* yaitu transaksi jual beli barang dalam bentuk pemesanan

3) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk:

a) *Ijarah* yaitu transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak pakai atas objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan.

b) *Ijarah muntahiyah bittamlik* yaitu transaksi sewa menyewa antara pemilik objek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakannya dengan opsi perpindahan hak milik objek sewa.

- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk:
Piutang *Qardh* yaitu transaksi pinjam meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu
- 5) Transaksi multijasa dalam bentuk:
 - a) *Ijarah* yaitu transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak pakai atas objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan.
 - b) Kafalah yaitu transaksi penjaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga atau yang bertanggung (*makful lahu*) untuk memenuhi kewajiban pihak kedua (*makful 'anhulashil*).⁵⁸

C. Bank Konvensional

1. Pengertian Bank Konvensional

Pengertian bank menurut Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.⁵⁹

Bank umum sebagai lembaga intermediasi keuangan memberikan jasa-jasa keuangan baik kepada unit surplus maupun kepada unit defisit.

Bank melaksanakan beberapa fungsi dasar:

- a. Menyediakan mekanisme dan alat pembayaran yang efisien dalam kegiatan ekonomi.
- b. Menciptakan uang.
- c. Menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat.

⁵⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 33.

⁵⁹ A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2012), 1.

d. Menawarkan jasa-jasa keuangan lain.

Berdasarkan uraian di atas maka bank komersial mempunyai dua tujuan yang ingin dicapai, yaitu *pertama* laba, dijelaskan bahwa bank pada dasarnya sama seperti kegiatan bisnis yang lain untuk mendapatkan laba. Bank memperoleh laba dari pembelian kredit kepada masyarakat, semakin besar kredit yang dikeluarkan pada masyarakat, maka semakin besar bunga kredit yang diterima bank. Bank juga mendapat laba dari pasar sekuritas. Tujuan bank yang *kedua* yaitu likuiditas, dalam hal ini bank berusaha tetap menjaga likuiditas bank dengan meningkatkan aset yang likuid dan meningkatkan cadangan dana bank.

2. Produk-produk Bank Konvensional

Produk-produk Bank Konvensional diantaranya:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk :
 - 1) Simpanan Giro (*Demand Deposit*)
 - 2) Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)
 - 3) Simpanan Deposito (*Time Deposit*)
- b. Menyalurkan dana ke masyarakat (*lending*) dalam bentuk :
 - 1) Kredit Investasi
 - 2) Kredit Modal Kerja
 - 3) Kredit Perdagangan
- c. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*services*) dalam bentuk :
 - 1) Transfer (iriman uang)
 - 2) Inkaso (collection)

- 3) Kliring
- 4) Safe Deposit Box
- 5) Bank Card
- 6) Bank Note (valas)
- 7) Bank Garansi
- 8) Referensi Bank
- 9) BankDraft
- 10) *Letter of Credit (L/C)*
- 11) Cek Wisata (*Traveller's Cheque*)
- 12) Jual beli surat berharga
- 13) Menerima setoran -setoran seperti :Pembayaran pajak, pembayaran telepon, pembayaran air, pembayaran listrik, dan pembayaran uang kuliah
- 14) Pembayaran-Pembayaran seperti :gaji/pensiunan/honorarium, pembayaran dividen, pembayaran kupon, pembayaran bonus/hadiah.
- 15) Dalam pasar modal perbankan dapat memberikan atau menjadi : penjamin emisi (*underwriter*), penjamin (*guarantor*), wali amanat (*trustee*), perantara perdagangan efek (pialang/broker)⁶⁰

⁶⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 43.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan). Penelitian lapangan itu sendiri adalah suatu penelitian yang memiliki tujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu keadaan sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat.⁶¹

Berdasarkan definisi di atas, dapat dipahami bahwa penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana peneliti ke lapangan langsung untuk mengetahui tentang faktor penentu keputusan dalam memilih perbankan pada dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam tahun ajaran 2019/2020 yang berlokasi di Jl. Ki Hajar Dewantara, Banjar Rejo, Batanghari, Kabupaten Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam mencari fakta status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan interpretasi yang tepat.⁶² Sedangkan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud

⁶¹ Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Edisi Ke 2, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), h. 4

⁶² Sedarmayanti, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Maju, 2002), h. 31

menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.⁶³

Dari keterangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan mengenai faktor penentu keputusan dalam memilih perbankan pada dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam yang diuraikan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

B. Sumber Data

Penetapan sumber data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan dan menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber/informan. Sebelum melakukan pengumpulan data yang akan dikumpulkan pada penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu, sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data pertama baik dari individu atau perseorangan yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.⁶⁴

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam tahun ajaran 2018/2019.

⁶³ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian* (Sukabumi: CV. Jejak, 2018), 7.

⁶⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 103.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah bahan-bahan data yang menjadi pelengkap atau penunjang dari sumber data primer.⁶⁵ Sumber data sekunder merupakan data yang mencakup dokumen-dokumen, buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, majalah, koran, makalah, dan internet.

Adapun dokumen dan buku-buku pustakan tersenit adalah brosur-brosur promo, buku-buku pustaka, Philip Kotler prinsip-prinsip pemasaran, Ristiyani Prasetya dan John J.OI perilaku konsumen, dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian tentang faktor penentu keputusan dalam memilih perbankan pada dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam.

C. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiono, teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, pengumpulan data adalah tahapan yang paling penting dalam penelitian ini, bila dilihat dari sumber data primer dan sumber data sekunder.⁶⁶

Agar penelitian dapat berjalan dengan baik, maka penulis menentukan teknik pengumpulan data sesuai dengan rencana jenis data yang akan diambil metodenya adalah:

⁶⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, h. 140

⁶⁶ P. Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 224

1. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatap langsung responden, sama seperti penggunaan daftar pertanyaan.⁶⁷

Dalam penelitian ini untuk dapat mencapai apa yang diharapkan maka penulis menggunakan interview bebas terpimpin. Penulis juga menyiapkan garis besar pertanyaan tentang faktor-faktor penentu para dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih perbankan. Dalam melakukan wawancara, penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dirancang.

Jumlah dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam yang akan peneliti wawancara adalah 35 orang. Untuk mengambil responden tersebut peneliti gunakan *insidental sampling*. *Insidental Sampling* adalah “teknik penentuan sampel, berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”⁶⁸ Begitu seterusnya sehingga sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggilinding, makin lama semakin membesar.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan melihat sumber-sumber dokumen yang ada kaitannya dengan jenis data yang

⁶⁷ Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), h.143

⁶⁸ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 96

diperlukan.⁶⁹ Metode dokumentasi adalah cara yang efisien untuk melengkapi hal-hal yang belum didapat dari wawancara. Metode dokumentasi yang digunakan untuk mendapatkan data dari bahan-bahan tentang profil IAIN Metro, profil dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam tahun ajaran 2018/2019.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata data secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang terkumpul dari berbagai sumber.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif lapangan adalah “dilakukan secara interaktif melalui *data reduction* (Reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (kesimpulan)”⁷⁰

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, teknik analisa adalah suatu usaha untuk memproses data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti baik dengan alat pengumpul data yang berupa interview, maupun dokumentasi, dan ada tiga tahap teknik analisis data yaitu:

Proses pertama dengan *data reduction* (reduksi data) yaitu pada tahap ini, data yang diperoleh dari lokasi penelitian (data lapangan) dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terinci. Laporan lapangan oleh

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), h. 129

peneliti akan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting kemudian dicari tema atau polanya dengan cara: diedit atau disunting, yaitu diperiksa atau dilakukan pengecekan tentang kebenaran responden yang menjawab, kelengkapannya, apakah ada jawaban yang tidak sesuai atau tidak konsisten. Kemudian, dilakukan coding atau pengkodean, yaitu pemberian tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap jawaban yang termasuk dalam kategori yang sama. Dan selanjutnya, tabulasi atau pentabelan, yaitu jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dalam suatu table. Reduksi data ini dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung.

Proses kedua yaitu dengan *data display* (penyajian data) yaitu dengan bentuk uraian singkat, bagan, maupun naratif dimaksudkan *untuk memudahkan peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan* atau bagian-bagian tertentu dari penelitian. Dengan kata lain merupakan pengorganisasian data ke dalam bentuk tertentu sehingga kelihatan dengan sosoknya lebih utuh.

Proses ketiga yaitu dengan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan) yaitu dari hasil penelitian yang telah dilakukan Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Sejak awal memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan yaitu dengan cara mencari pola, tema,

hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, maka akan diperoleh kesimpulan yang bersifat pasti.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif. Penalaran induktif adalah berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkret, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus, ditarik menjadi generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum”.⁷¹

Setelah penulis menganalisis data yang telah diperoleh, kemudian penulis mengambil kesimpulan dengan menggunakan cara berfikir induktif. Induktif adalah cara berpikir dengan menggunakan analisis yang berpijak dari pengertian-pengertian atau fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti dan hasilnya dapat memecahkan persoalan umum. Cara berfikir induktif ini penulis gunakan untuk mengetahui informasi tentang faktor-faktor penentu para dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih perbankan, gambaran hasil penelitian tersebut kemudian ditelaah, dikaji, dan disimpulkan sesuai dengan tujuan dan kegunaan peneliti, dalam memperoleh kecermatan, ketelitian dan kebenaran.

⁷¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Reasearch Jilid 1*, (Yogyakarta: UGM, 2004), h. 42

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Alih status STAIN Jurai Siwo Metro ke IAIN Jurai Siwo Metro sudah diajukan sejak tahun 2010 dan direncanakan bisa terealisasi pada 2012 tahun depan. Musyawarah alumni juga menjadi salah satu syarat administrasi alih status STAIN ke IAIN. Hal ini sudah lama dilakukan pada masa kepemimpinan Prof. Dr. Syaripudin, M.Ag. dengan mengundang seluruh alumni dari semua angkatan dalam acara reuni akbar pada Sabtu, 28 Juli 2010 lalu.

Perubahan status dari STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro pada tahun 2016 mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik. Di tahun 2017 berdirilah FEBI yang saat ini memiliki 4 Prodi yaitu Ekonomi Syaria'h, Perbankan Syaria'h, Manajemen Haji dan Umroh serta Akuntansi Syaria'h.⁷²

⁷² Profil FEBI IAIN Metro

2. Deskripsi Penelitian

a. Deskripsi Informan

Sumber data primer penelitian ini adalah hasil wawancara mendalam yang dilakukan antara peneliti dan informan. Informan yang dipilih adalah informan yang dianggap mengetahui kebenaran yang terjadi di lapangan dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Informan (subyek) dalam penelitian ini terdiri dari 8 orang. Semua informan tersebut adalah dosen dan karyawan yang bekerja di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Dengan jumlah sampel tersebut, peneliti sudah banyak mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Berdasarkan jenis kelamin responden dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 6 orang, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari dosen Fakultas Syariah IAIN Metro yang diambil sebagai responden adalah perempuan

Berdasarkan usia Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang dijadikan responden berusia rata-rata di bawah 40 tahun sebanyak 21 orang sedangkan responden yang berusia 40 tahun ke atas berjumlah 4 orang dan responden yang berusia 50 tahun ke atas sebanyak 7 orang. Hal ini membuktikan bahwa tingkat usia juga

mempengaruhi penentu keputusan nasabah dalam memilih bank syariah atau bank konvensional, karena lebih banyak usia responden maka pengalaman dalam perbankan juga lebih banyak.

Dosen Fakultas Syariah IAIN menunjukkan bahwa sebagian besar dari dosen Fakultas Syariah IAIN yang diambil sebagai responden sebagian besar mempunyai latar belakang pendidikan S2. Berdasarkan informasi tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden mempunyai latar belakang pendidikan S2 sebanyak 6 orang, sedangkan yang mempunyai latar belakang pendidikan S1 sebanyak 2 orang.

Berikut ini profil dari 8 dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang menjadi informan:

Pertama adalah Ibu Rofi'ah, S.Ag yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan S1. Pekerjaan Ibu Rofi'ah, S.Ag adalah karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *mudharabah* dan *wadi'ah*.

Kedua adalah Bapak M. Makhrus Saadon, SE dengan jenis kelamin laki-laki dan berpendidikan S1. Pekerjaan Bapak M. Makhrus Saadon, SE adalah karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada

Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah tabungan dan haji.

Informan ketiga adalah Ibu Suci Hidayati, M.Si yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan S2. Pekerjaan Ibu Suci Hidayati, M.Si. adalah dosen ekonomi syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *mudharabah*.

Informan keempat adalah Ibu Esty Apridasari, M.Si yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan S2. Pekerjaan Ibu Esty Apridasari, M.Si adalah dosen akuntansi syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *wadi'ah*.

Informan kelima adalah Bapak M. Hanafi Zuardi, S.H.I.M.S.I, yang berjenis kelamin laki-laki dengan pendidikan S3. Pekerjaan Bapak M. Hanafi Zuardi, S.H.I.M.S.I adalah dosen manajemen haji dan umroh pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah.

Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *wadi'ah*.

Informan keenam adalah Ibu Hermanita, MM yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan S2. Pekerjaan Ibu Hermanita, MM adalah dosen ekonomi syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *wadi'ah*.

Informan ketujuh adalah Ibu Liberty, S.E.,M.A yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan S2. Pekerjaan Ibu Liberty, S.E.,M.A adalah dosen perbankan syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *wadi'ah*.

Informan kedelapan adalah Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan S2. Pekerjaan Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I adalah dosen perbankan syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *wadi'ah*.

Informan kesembilan adalah Ibu Dian Oktarina yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan terakhir S2. Pekerjaan Ibu Dian Oktarina adalah dosen perbankan syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *wadi'ah*.

Informan kesepuluh adalah Ibu Lella Anita, M.S.Ak yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan terakhir S2. Pekerjaan Ibu Dian Oktarina adalah dosen perbankan syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *wadi'ah*.

Informan kesebelas adalah Ibu Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy yang berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan terakhir S2. Pekerjaan Ibu Aulia Ranny Priyatna adalah dosen ekonomi syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang merupakan nasabah pada Bank Umum juga pada Bank Umum Syariah. Pada Bank Umum produk yang digunakan adalah tabungan sedangkan pada Bank Umum Syariah produk yang digunakan adalah *wadi'ah* dan tabungan haji.

b. Proses Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah

Sebagian besar dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro memilih Bank Umum dan Bank Umum Syariah dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Rofi'ah dan Ibu Esty Apridasari yang memilih kedua-duanya. Beliau mengatakan bahwa Bank Umum yang dipilih adalah Bank BRI karena gaji yang diterima setiap bulannya masuk ke Bank BRI sedangkan Bank Umum Syariah yang digunakan adalah salah satu Bank Umum Syariah di Kota Metro yang dipergunakan untuk menerima gaji honor. Pemilihan Bank Umum Syariah dikarenakan sudah terjadi MoU dengan pihak yang bersangkutan.⁷³ Secara pribadi Ibu Esty Apridasari memilih bank umum syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan pada Al Quran dan Hadits.⁷⁴

Berbeda dengan Ibu Liberty, yang mengatakan bahwa lebih memilih bank konvensional atau bank umum dibandingkan dengan bank umum syariah, alasan mengapa Ibu Liberty lebih memilih bank umum adalah pada bank umum syariah terdapat potongan pada setiap transaksi yang dilakukan. Selain itu pemilihan bank konvensional juga karena mendesaknya kebutuhan serta keterikatan pendapatan atau gaji.

⁷³ Wawancara dengan Ibu Rofi'ah selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Esty Apridasari selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

Sedangkan peminjaman uang di bank juga karena pemenuhan kebutuhan.⁷⁵

Begitu juga dengan Ibu Aulia yang lebih cenderung memilih bank konvensional. Pemilihan bank konvensional dikarenakan mendesaknyanya kebutuhan. Sedangkan Ibu Aulia mendapatkan informasi mengenai bank konvensional dari bank itu sendiri. Ketika memilih bank konvensional, Ibu Aulia sudah mengetahui produk-produk yang ada pada bank konvensional tersebut dan sudah merasa puas dengan produk-produk yang ada pada bank konvensional.⁷⁶

Sependapat dengan hal ini Ibu Hermanita juga mengungkapkan bahwa lebih memilih bank umum atau bank konvensional dikarenakan akses yang mudah misalnya ATM BRI yang ada dimana-mana sedangkan untuk bank umum syariah, ATM yang disediakan hanya pada tempat-tempat tertentu saja.⁷⁷ Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan bank konvensional bukan karena pemenuhan kebutuhan.

Selain itu informasi yang diperoleh Ibu Hermanita mengenai bank umum berasal dari sosial media, teman, serta lembaga tempat bekerja selain itu informasi yang didapat juga berasal dari brosur pada bank umum tersebut.⁷⁸

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Liberty selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4 Februari 2020

⁷⁶ Wawancara dengan Ibu Aulia Ranny Priyatna selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Hermanita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4 Februari 2020

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Hermanita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4 Februari 2020

Begitu juga yang diungkapkan oleh Ibu Selvia Nuriasari yang lebih memilih bank umum atau bank konvensional dibandingkan dengan bank umum syariah, pemilihan ini didasarkan pada pemenuhan kebutuhan dimana gaji yang didapat disalurkan melalui bank umum yaitu BRI Metro dan sudah ditetapkan oleh tempat bekerja.⁷⁹ Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu Aulia yang mengatakan bahwa pemilihan bank konvensional lebih pada kewajiban sebagai dosen di IAIN Metro dengan penerimaan gaji melalui bank konvensional.⁸⁰

Senada dengan pendapat di atas, Ibu Selvia Nuriasari juga mengatakan bahwa pemilihan bank konvensional sebagai kewajiban dari tempat bekerja, BRI Metro dipilih dari lembaga tempat bekerja sebagai rekening untuk penerimaan gaji.⁸¹

Sedangkan Bapak M. Hanafi Zuardi mengungkapkan bahwa lebih memilih bank umum syariah karena mendesaknya kebutuhan dan nilai-nilai yang dimiliki oleh produk bank umum syariah. Selain itu alasan lain pemilihan bank umum syariah adalah informasi yang didapat tentang bank umum syariah. Informasi itu berasal dari internet, koran, brosur dan lain-lain.⁸²

⁷⁹ Wawancara dengan Ibu Selvia Nuriasari selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4 Februari 2020

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Aulia Ranny Priyatna selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

⁸¹ Wawancara dengan Ibu Selvia Nuriasari selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4 Februari 2020

⁸² Wawancara dengan Bapak M. Hanafi Zuardi selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4 Februari 2020

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Suci Hidayati yang mengungkapkan bahwa lebih menggunakan bank umum yaitu BRI sebagai rekening untuk penerimaan gaji. Selain menggunakan BRI Beliau juga menggunakan Bank Umum Syariah yaitu Bank Umum Syariah karena latar belakang pekerjaan Beliau di ekonomi Islam dan menghindari bank konvensional selama masih terdapat bank syariah yang jauh dari bunga bank.⁸³ Hal ini berbeda dengan Ibu Dian Oktarina yang memilih bank syariah karena pelayanan yang diberikan oleh bank umum syariah lebih bagus.⁸⁴

Ibu Dian Oktarina juga memilih bank syariah, karena pengalaman yang dialami oleh Ibu Dian, pernah mendapatkan *messenger* tentang penarikan uang sedangkan beliau tidak pernah mendaftar dengan aplikasi *messenger*, sehingga pengalaman ini membuat jera pada bank umum.⁸⁵

Ibu Rofi'ah juga menyampaikan bahwa pemilihan bank syariah berawal dari kantor yang bekerjasama dengan Bank Umum Syariah sedangkan informasi tentang Bank Umum Syariah berasal dari Bank Umum Syariah sendiri dengan sosialisasi dari pihak bank. Sebelum adanya sosialisasi tersebut Ibu Rofi'ah belum mengetahui produk-

⁸³ Wawancara dengan Ibu Suci Hidayati selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

⁸⁴ Wawancara dengan Ibu Dian Oktarina selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

⁸⁵ Wawancara dengan Ibu Dian Oktarina selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

produk atau akad yang ada di bank tersebut.⁸⁶ Begitu juga dengan Ibu Dian Oktarina yang mengatakan bahwa mendapatkan informasi mengenai bank umum syariah dari bank itu sendiri.⁸⁷

Seperti halnya Ibu Dian Oktarina, Ibu Lella Anita juga lebih memilih bank syariah, pemilihan bank syariah tersebut bukan karena mendesaknya kebutuhan. Perolehan informasi yang didapat mengenai bank syariah berasal dari Transmart, saat ada pembagian brosur tentang bank syariah. Ketika melakukan pemilihan tersebut Ibu Lella Anita sudah mengetahui produk-produk yang ada pada bank syariah. Dan juga produk-produk yang digunakan bank syariah menurut beliau sudah sesuai dengan prinsip syariah sehingga beliau merasa puas dengan memilih bank syariah.⁸⁸

Bapak M. Hanafi Zuardi juga mengatakan bahwa informasi yang didapat mengenai Bank Umum Syariah berasal dari internet, koran dan lain-lain. Selain itu beliau juga mengungkapkan bahwa ketika memilih bank umum syariah sebelumnya beliau sudah mengetahui produk-produk yang ada pada bank umum syariah.⁸⁹

Sesuai dengan pendapat Bapak M. Makhrus Saadan yang mengatakan bahwa mayoritas para karyawan dan dosen mengetahui

⁸⁶ Wawancara dengan Ibu Rofi'ah selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

⁸⁷ Wawancara dengan Ibu Dian Oktarina selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

⁸⁸ Wawancara dengan Ibu Lella Anita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

⁸⁹ Wawancara dengan Bapak M. Hanafi Zuardi selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4 Februari 2020

produk Bank Umum Syariah dari sosialisasi dari pihak bank yang datang ke kampus IAIN Metro.⁹⁰

Sedangkan Ibu Suci Hidayati mengatakan bahwa perolehan informasi mengenai Bank Umum Syariah tidak hanya berasal dari kantor atau lembaga tempat bekerja tetapi juga berasal dari lingkungan tempat tinggal atau daerah Metro yang sudah memiliki banyak Bank Umum Syariah. Sebagai dosen pada FEBI IAIN Metro, keberadaan Bank Umum Syariah juga diketahui dari brosur-brosur serta laporan anak PPL. Meskipun banyak terdapat Bank Umum Syariah tetapi beliau juga belum banyak mengenal produk-produk yang ada pada Bank Umum Syariah.⁹¹ Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Ibu Dian Oktarina walaupun ketika memilih bank syariah belum sepenuhnya mengetahui produk-produk yang ada pada bank umum syariah tetapi tetap melakukan pemilihan pada bank umum syariah.⁹²

Secara umum berimbang, antara puas dan tidak puas dalam menggunakan produk dari Bank Umum Syariah karena sudah menjadi keharusan menggunakan produk tersebut atau sudah menjadi tuntutan pada kantor tempat bekerja, selain itu uang untuk kebutuhan panganpun masuk pada rekening yang ada di Bank Umum Syariah.⁹³

⁹⁰ Wawancara dengan Bapak M. Makhrus Saadan selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

⁹¹ Wawancara dengan Ibu Suci Hidayati selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

⁹² Wawancara dengan Ibu Dian Oktarina selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

⁹³ Wawancara dengan Ibu Rofi'ah selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

Selain itu produk Bank Umum Syariah yang sudah sesuai dengan kebutuhan adalah produk haji.⁹⁴ Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Dian Oktarina yang mengatakan sudah merasa puas dengan produk-produk yang ada pada bank umum syariah. Menurut Ibu Dian Oktarina jika membandingkan bank umum dengan bank umum syariah maka Ibu Dian Oktarina lebih memilih bank umum syariah dikarenakan jika bank umum syariah memiliki pelayanan yang lebih baik, pelayanan diberitahukan melalui *messenger* sedangkan bank konvensional contohnya BRI dan BCA tidak melakukan pelayanan seperti itu.⁹⁵

Sedangkan Ibu Lella Anita dalam membandingkan bank syariah dengan bank konvensional misalnya dilihat dari segi pinjaman, pada bank konvensional memiliki tingkat bunga lebih kecil dibandingkan pada bank syariah sedangkan pada produk, bank syariah lebih memiliki banyak produk dibandingkan dengan bank konvensional.⁹⁶

Selain itu menurut Ibu Dian Oktarina, proses pengambilan keputusan menjadi nasabah bank umum syariah adalah sebagai kewajiban dari tempat bekerja, semenjak diterima menjadi dosen IAIN

2020 ⁹⁴ Wawancara dengan Ibu Suci Hidayati selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari

2020 ⁹⁵ Wawancara dengan Ibu Dian Oktarina selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari

2020 ⁹⁶ Wawancara dengan Ibu Lella Anita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari

Metro maka diwajibkan untuk menjadi nasabah pada bank syariah.⁹⁷ Berbeda dengan pendapat di atas, Ibu Lella Anita dalam proses pengambilan keputusan menjadi nasabah bank umum syariah contohnya Bank Mandiri Syariah yang merupakan salah satu BUMN di Indonesia jika terjadi sesuatu maka masih ada *back up* dari negara sebagai talangan.⁹⁸

Hal ini sependapat dengan Bapak M. Hanafi Zuardi yang mengatakan bahwa sudah merasa puas dengan produk yang ada pada bank umum syariah. Secara umum Bapak M. Hanafi Zuardi membandingkan Bank Umum dengan Bank Umum Syariah, bank umum atau bank konvensional memiliki lebih banyak akses kemudahan produk yang dimiliki sedangkan pada bank umum syariah terbatas pada akses produk yang dimiliki.⁹⁹

Hal ini juga didukung oleh pendapat Ibu Hermanita yang mengatakan bahwa perbandingan bank umum dan bank umum syariah lebih kepada akses yang didapatkan, jika bank umum lebih banyak memiliki akses yang mudah didapatkan yaitu ATM yang dimiliki bank umum.¹⁰⁰ Berbeda pendapat dengan Ibu Rofi'ah, Bapak M. Makhrus

2020 ⁹⁷ Wawancara dengan Ibu Dian Oktarina selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari

2020 ⁹⁸ Wawancara dengan Ibu Lella Anita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari

Februari 2020 ⁹⁹ Wawancara dengan Bapak M. Hanafi Zuardi selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4

2020 ¹⁰⁰ Wawancara dengan Ibu Hermanita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 4 Februari

Saadan mengatakan bahwa secara kebutuhan belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan tetapi dikarenakan persyaratan dari kampus.¹⁰¹

c. Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah atau Bank Konvensional

Pemilihan Bank Umum/Bank Umum Syariah mayoritas dosen dan karyawan tidak membandingkan produk yang ada pada Bank Umum maupun pada Bank Umum Syariah, pemilihan pada penggunaan produk Bank Umum/Bank Umum Syariah juga mengikuti perkembangan budaya. Sedangkan alasan utama pemilihan Bank Umum maupun pada Bank Umum Syariah adalah ketentuan dari lembaga tempat bekerja. Dalam pemilihan tersebut juga ada andil keluarga dalam memutuskan pemilihan Bank Umum/Bank Umum Syariah.¹⁰² Ini juga diungkapkan oleh Ibu Esty Apridasari yang mengatakan bahwa pendapat keluarga jika memilih Bank Umum Syariah adalah menyetujuinya karena itu merupakan hal yang baik dengan menghindari bank yang berbasis bunga.¹⁰³

Sedangkan menurut Ibu Dian Oktarina pemilihan bank syariah tidak berdasarkan budaya, kelas sosial dan posisi atau jabatan pada

¹⁰¹ Wawancara dengan Bapak M. Makhrus Saadan selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

¹⁰² Wawancara dengan Bapak M. Makhrus Saadan selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

¹⁰³ Wawancara dengan Ibu Esty Apridasari selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

tempat bekerja tetapi lebih kepada tuntutan dari tempat bekerja.¹⁰⁴ Selain itu Ibu Dian Oktarina juga mengatakan bahwa pemilihan bank syariah tidak didasarkan pada pendapat keluarga karena berasal dari kewajiban pada tempat bekerja sehingga keharusan tersebutlah yang menjadi alasan utama pemilihan bank syariah dan juga informasi yang didapat mengenai bank syariah berasal dari *teller* dan brosur pada bank umum syariah. Menurut beliau, produk yang ditawarkan pada bank syariah sudah sesuai dengan kebutuhan bukan karena gaya hidup.¹⁰⁵

Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Ibu Lella Anita yang mengatakan bahwa pemilihan bank syariah tidak karena mengikuti perkembangan budaya, kelas sosial juga tidak mempengaruhi pemilihan tersebut. Selain itu dalam memilih bank syariah beliau juga tidak perlu bertanya kepada keluarga, karena menurut beliau itu untuk pribadi masing-masing, jika terkait dengan pinjaman maka perlu adanya konsultasi dengan keluarga.¹⁰⁶

Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu Aulia yang menggunakan produk bank konvensional bukan karena mengikuti perkembangan budaya dan juga kelas sosial. Dalam pemilihan bank konvensional juga tidak perlu bertanya pada keluarga karena sudah merupakan ketetapan

¹⁰⁴ Wawancara dengan Ibu Dian Oktarina selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

¹⁰⁵ Wawancara dengan Ibu Dian Oktarina selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

¹⁰⁶ Wawancara dengan Ibu Lella Anita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

dari tempat bekerja, tetapi lebih pada jabatan atau posisi di tempat bekerja.¹⁰⁷

Pemilihan bank syariah bukan karena jabatan atau posisi di tempat kerja hal ini tidak mempengaruhi dalam memilih bank syariah. Perolehan informasi mengenai bank syariah berasal dari brosur dan internet sedangkan menurut Ibu Lella Anita produk yang ditawarkan oleh bank syariah sudah sesuai dengan kebutuhan dan juga gaya hidup. Misalnya pada hal produk, pada bank syariah contohnya produk gadai emas, biaya titip lebih murah dibandingkan pada bank konvensional. Selain itu kesesuaian dengan kepribadian juga mempengaruhi kebutuhan dalam memilih bank syariah. Pelayanan yang diberikan bank syariah juga sudah cukup baik.¹⁰⁸

Perbandingan pemilihan Bank Umum dan Bank Umum Syariah adalah jika pada Bank Umum ketika menabung maka pada akhir bulan akan mendapatkan bunga sedangkan pada Bank Umum Syariah kelebihan yang dimiliki adalah akad yang digunakan sudah sesuai dengan syariah serta produk-produk yang dimiliki tidak menggunakan bunga.¹⁰⁹

Senada dengan karyawan dan dosen lainnya Bapak M. Makhrus Saadan juga mengatakan bahwa secara sosial sedikit banyak juga mempengaruhi pemilihan Bank Umum Syariah, selain itu juga

¹⁰⁷ Wawancara dengan Ibu Aulia Ranny Priyatna selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

¹⁰⁸ Wawancara dengan Ibu Lella Anita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari 2020

¹⁰⁹ Wawancara dengan Ibu Suci Hidayati selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

keluarga juga mempunyai andil dalam pemilihan Bank Umum Syariah karena dalam pemilihan tersebut tidak hanya mengedepankan dalam dunia perbankan syariah tetapi juga berangkat dari nilai-nilai kecil dalam keluarga harus berbasis syariah sesuai dengan syariat Islam.¹¹⁰ Tetapi alasan milih bank umum syariah lebih kepada keputusan pribadi untuk meninggalkan bunga bank.¹¹¹

Produk yang ditawarkan Bank Umum/Bank Umum Syariah sesuai dengan kebutuhan dan juga telah sesuai dengan gaya hidup saat ini. Sedangkan pelayanan yang diberikan Bank Umum Syariah sudah cukup bagus.¹¹² Begitu juga hal yang dikatakan oleh Bapak M. Makhrus Saadan walaupun pelayanan yang diberikan Bank Umum Syariah sudah cukup baik tetapi masih banyak yang tidak sesuai dengan harapan nasabah. Sistem syariah belum seluruhnya berbasis syariah seperti integritas serta sumber daya manusia yang dimiliki di dalam perbankan syariah.¹¹³

Pelayanan yang diberikan Bank Umum Syariah sejauh ini sudah cukup baik, misalnya penggunaan *mobile banking* yang mempermudah penggunaannya. Salah satu fitur *mobile banking* yang

¹¹⁰ Wawancara dengan Bapak M. Makhrus Saadan selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

¹¹¹ Wawancara dengan Ibu Suci Hidayati selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

¹¹² Wawancara dengan Ibu Rofi'ah selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

¹¹³ Wawancara dengan Bapak M. Makhrus Saadan selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

digunakan adalah isi pulsa handphone maupun listrik sehingga mempermudah para nasabah Bank Umum Syariah.¹¹⁴

Sedangkan persepsi terhadap bunga bank pada bank konvensional dengan tidak menysakan uang yang diperoleh sehingga tidak ada potongan dari pihak bank umum.¹¹⁵ Tetapi pendapat lain mengatakan bahwa terkait haramnya bunga bank pada bank konvensional tetapi tidak banyak melakukan pembiayaan pada bank umum, tidak membandingkan suku bunga yang ditawarkan bank umum lebih tinggi dibandingkan dengan bank syariah. Sebelum mengenal bank umum syariah, sebagai masyarakat pada umumnya tentu lebih dahulu mengenal bank konvensional, mengenal yang dimaksud adalah hanya sebatas menabung dengan niat mengamankan saja tidak ada kepentingan membandingkan suku bunga sehingga tidak melakukan deposit pada bank umum atau bank konvensional karena tidak adanya kepentingan untuk memperhitungkan benefit yang didapatkan.¹¹⁶

Menurut Ibu Lella Anita mengenai persepsi haramnya bunga bank pada bank konvensional, selama ini beliau tidak mengambil

¹¹⁴ Wawancara dengan Ibu Esty Apridasari selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

¹¹⁵ Wawancara dengan Ibu Rofi'ah selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

¹¹⁶ Wawancara dengan Bapak M. Makhrus Saadan selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

bunga yang didapat pada bank konvensional, yang beliau ambil hanya pokok atau tabungannya saja.¹¹⁷

Menurut Ibu Suci Hidayati mengenai persepsi bank konvensional terkait haramnya bunga bank lebih baik ditinggalkan karena bunga bank atau riba di dalam Al Quran sudah jelas dilarang. Meskipun gaji yang diterima masuk ke bank konvensional maka jika terdapat tambahan uang atau bunga pada uang tersebut harus dikeluarkan tidak boleh dikonsumsi. Pengeluaran bunga tersebut bisa berbentuk sedekah sehingga uang tersebut menjadi bersih tanpa adanya bunga.¹¹⁸

Tetapi tidak sepenuhnya pemilihan Bank Umum Syariah sudah sesuai dengan gaya hidup, menurut Bapak M. Makhrus Saadan walaupun pemilihan tersebut hanya sekedar keadaan normatif pada syariat Islam walaupun belum semua berlandaskan syariat Islam tetapi berupaya untuk menuju prinsip keislaman.

Kepribadian yang menyangkut pemilihan Bank Umum Syariah karena di persyaratkan pada lingkungan pendidikan Islami dan berpikir ke depan pada aspek kehidupan di dunia perbankan tetapi syariat utama sebagai pedoman hidup artinya tuntunan dari AL Quran dan Hadits.

2020 ¹¹⁷ Wawancara dengan Ibu Lella Anita selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 7 Februari

2020 ¹¹⁸ Wawancara dengan Ibu Suci Hidayati selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari

Ini juga yang diungkapkan oleh Ibu Suci Hidayati yang mengatakan bahwa Bank Umum Syariah sudah sesuai dengan kepribadian yang ingin meninggalkan bunga bank serta profesinya sebagai pengajar ekonomi Islam juga berpengaruh terhadap pola pikir dalam pemilihan Bank Umum Syariah.¹¹⁹

Berbeda dengan Bapak M. Makhrus Saadan selaku staf yang ada di FEBI IAIN Metro yang lebih memilih Bank Umum Syariah dikarenakan beliau ingin turut serta mengembangkan bank syariah dan juga karena kebijakan lembaga tempat bekerja. Selain itu Bapak Makhrus Saadan juga sudah mengetahui produk-produk dari Bank Umum Syariah misalnya *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *rahn*, dan lain sebagainya.¹²⁰

Meskipun pengetahuan Bapak M. Makhrus Saadan terhadap produk-produk dari Bank Umum Syariah sudah cukup tetapi masih terjadi ketidakpuasan terhadap Bank Umum Syariah dikarenakan belum adanya transparansi dalam dunia perbankan syariah tentang penggunaan sistem aplikasi dalam Bank Umum Syariah.

Pemilihan Bank Umum Syariah dilihat dari perbandingan pelayanan yang ditawarkan Bank Umum dan juga Bank Umum Syariah, selain itu nuansa dinamika kultur budaya di dalam perbankan juga berbeda. Pelayanan yang lebih diberikan dalam dunia perbankan

¹¹⁹ Wawancara dengan Ibu Suci Hidayati selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

¹²⁰ Wawancara dengan Bapak M. Makhrus Saadan selaku karyawan FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

syariah, Bank Umum Syariah memberikan pelayanan yang lebih ramah sedangkan pada bank konvensional ditargetkan pada nilai benefit yang diperoleh.

Sedangkan menurut Ibu Suci Hidayati pemilihan Bank Umum Syariah bukan mengikuti budaya tetapi memang diharuskan meninggalkan yang tidak sesuai dengan syariah, jika ada bank syariah yang berlandaskan syariah maka lebih baik meninggalkan bank konvensional karena bank umum syariah tidak mengandung riba.¹²¹

Proses pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Umum/Bank Umum Syariah dengan pertimbangan mengedepankan berkembangnya syariat Islam dengan lebih baik. Bapak M. Makhrus Saadan juga menambahkan bahwa bukan karena budaya tetapi lebih kepada keinginan untuk mengetahui sejauhmana penerapan secara aplikatifnya yang ada di era dunia perbankan khususnya perbankan yang berbasis syariah karena bukan hanya penguatan perbankan yang menjadi permasalahan syariah sampai mana aplikatifnya, karena seperti sekarang sudah banyak bisnis yang berbasis syariah diantaranya pasar syariah, hotel syariah tetapi bukan hanya nama syariah saja yang dipakai tetapi juga dalam penerapannya baik dari segi pelaksanaan, tingkah laku, maupun pelayanan juga harus benar-benar berlandaskan syariah.

¹²¹ Wawancara dengan Ibu Suci Hidayati selaku dosen FEBI IAIN Metro, pada 18 Januari 2020

B. Pembahasan

Proses pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah pada dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro lebih didasarkan pada kebutuhan, sebagian besar dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro menggunakan bank umum atau bank konvensional lebih kepada tuntutan pekerjaan dimana lembaga tempat bekerja memberikan gaji melalui bank umum, sedangkan secara pribadi sebagian dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro lebih memilih Bank Umum Syariah dikarenakan bank umum syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Keputusan menjadi nasabah yang dilakukan oleh dosen dan karyawan FEBI IAIN tidak lepas dari pengetahuan mereka tentang produk-produk yang dimiliki oleh Bank Umum dan Bank Umum Syariah. Informasi tentang bank umum maupun bank umum syariah diperoleh dari media sosial serta brosur-brosur yang dibagikan pada lembaga tempat bekerja. Peneliti melihat bahwa kebanyakan dari dosen dan karyawan FEBI IAIN sudah mengerti mengenai berbagai jenis produk yang terdapat dalam Bank Umum Syariah. Sistem jemput bola pada bisnis Bank Umum Syariah dalam mendapatkan nasabah, tentunya berdampak pada pengetahuan bagi nasabah.

Selain itu walaupun semua dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro melakukan perbandingan bank umum dan bank umum syariah sudah dilakukan, dan bank umum syariah jauh memiliki keunggulan dibandingkan dengan bank umum syariah, kemudahan akses yang didapat berupa ATM pada bank umum atau bank konvensional merupakan keunggulan yang dimiliki

oleh bank umum atau bank konvensional. Tetapi sebagian besar dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro memiliki pemilihan Bank Umum Syariah disesuaikan dengan visi misi ekonomi dan bisnis Islam syariah, bukan hanya mengandalkan MOU (*Memorandum of Understanding*) kerjasama tentang keislaman tetapi membangun kultur budaya bagi mahasiswa tidak hanya sebatas kerjasama di bidang syariah dengan lembaga tetapi menanamkan dalam dunia perbankan. Jadi tidak hanya menguntungkan kelembagaan tetapi juga sumber daya manusia yang dimiliki yaitu mahasiswa, dosen maupun pegawai.

Berdasarkan hasil penelitian faktor penentu keputusan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih bank syariah dan bank konvensional yaitu:

1. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu faktor sebagai penentu dalam memilih bank umum dan bank umum syariah. Pemilihan bank umum dikarenakan lembaga tempat bekerja melakukan kerja sama dengan bank umum tersebut dalam hal gaji. Sedangkan pemilihan bank umum syariah dikarenakan lembaga tempat bekerja yang bernaung pada ekonomi dan bisnis syariah sehingga sebagian besar dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro memiliki pengetahuan lebih mendalam pada bank umum syariah.

2. Keluarga

Keluarga berpengaruh terhadap penentu keputusan nasabah dalam memilih bank syariah atau bank konvensional karena keluarga juga mempunyai

andil dalam pemilihan Bank Umum Syariah karena dalam pemilihan tersebut tidak hanya mengedepankan dalam dunia perbankan syariah tetapi juga berangkat dari nilai-nilai kecil dalam keluarga harus berbasis syariah sesuai dengan syariat Islam.

3. Gaya hidup

Penerapan gaya hidup islami di bidang keuangan mulai dari memilih bank syariah. Pemilihan bank syariah, karena bebas riba (bunga) sesuai syariat Islam. Tidak hanya bebas riba, investasi syariah juga harus patuh pada prinsip-prinsip syariah yang didasarkan pada ajaran islam yang berlandaskan kejujuran, ketulusan, saling percaya, dan tanpa paksaan.

Gaya hidup yang berlandaskan syariat Islam dalam pemilihan pun didasarkan pada syariat Islam yang menghindari karena bunga bank atau riba di dalam Al Quran sudah jelas dilarang. Walaupun belum semua berlandaskan syariat Islam tetapi berupaya untuk menuju prinsip keislaman

4. Kepribadian

Kepribadian yang menyangkut pemilihan Bank Umum Syariah karena di persyaratkan pada lingkungan pendidikan Islami dan berpikir ke depan pada aspek kehidupan di dunia perbankan tetapi syariat utama sebagai pedoman hidup artinya tuntunan dari AL Quran dan Hadits

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian mengenai Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Atau Bank Konvensional maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Faktor-faktor penentu keputusan dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro dalam memilih bank syariah atau bank konvensional diantaranya faktor pekerjaan, gaya hidup, keluarga dan kepribadian. Proses pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah pada dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro lebih didasarkan pada kebutuhan, sebagian besar dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro menggunakan bank umum atau bank konvensional lebih kepada tuntutan pekerjaan dimana lembaga tempat bekerja memberikan gaji melalui bank umum, sedangkan secara pribadi sebagian dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro lebih memilih Bank Umum Syariah dikarenakan bank umum syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti akan menyampaikan saran-saran agar lebih baik ke depannya. Saran tersebut yaitu

1. Perguruan Tinggi Islam Negeri sebaiknya lebih membuka diri untuk menggunakan bank syariah dalam membantu proses transaksi

keuangannya guna untuk membantu meningkatkan kemajuan perbankan syariah yang ada di Indonesia.

2. Lembaga keuangan sebaiknya selalu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap orang yang menggunakan jasanya dan memperbarui teknologi yang dimiliki sehingga konsumen mudah untuk mengaksesnya.

Akhirnya, semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat dan lembaga keuangan. Semoga Allah melimpahkan rahmad dan selalu membeikan petunjuk bagi umat-NYA menuju jalan yang lurus dan di ridhoi. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Djazuli dan Yadi Yanuari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2001
- A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia, 2012
- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004
- Afril Guza, *Undang-Undang Perbankan Syariah UU No. 21 Tahun 2008 dan Surat Berharga Syariah Negara UU RI No. 19 Tahun 2008* Jakarta: Asa Mandiri, 2008
- Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah, Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga, 2010
- Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018
- Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2015
- Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012
- Aprizal, *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing*. Makasar: Celebes Media Perkasa, 2018.
- Basu Swastha, & Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen* Yogyakarta: BPFE, 2011
- C.S.T Kamsil, dkk., *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2002
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Dadan Mutaqqin, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah, Bank, LKM, Asuransi, dan Reasuransi*, Yogyakarta: Safiria Insania Press, 2008
- Edy Wibowo, dkk, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor: Ghalia Indonesia cet.I, 2005
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* Yogyakarta: Andi, 2013

- Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013
- Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009
- H. Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006
- Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi & Pengukurannya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 3.
- Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Edisi Ke 2, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011
- Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Jakarta: Setia Purna Inves 2007
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2013
- Kotler & Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2007
- Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003
- Muhamad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- Nina Maharani, "Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung", Bandung: Universitas Islam
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008
- Nurul Huda Mustafa Edwin Nasution, *Current Issues Lembaga Keuangan Syariah* Jakarta: Kencana Prenada Grup, 2014
- P. Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, Edisi 12, 2007
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Prehallindo, 2002
- Sedarmayanti, *Metodologi Penelitian*. Bandung: Maju, 2002

- Sugiyono, *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta 2010
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006
- Sunaryo, *Psikologi* Jakarta: EGC, 2004
- Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, cet ke-3 , 2007
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011

Jurnal

- Andi Faisal Bahari, Muhammad Ashoer, “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata”, *Jurnal Manajemen*, Juni, Vol. 5 No.1, 2018
- Desyra Sukma Dewanthi, “Faktor Sosial dan Personal Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Barang Fashion Tiruan (*Counterfeited Fashion Goods*)”, *Journal of Business Strategy and Execution* Vol. 8 No. 1, 2015
- Dwi Ajeng Wulandari, Farah Oktafani, “Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike”, *Jurnal Computech & Bisnis* Vol. 11 No. 1 Juni 2017
- Harif Amali Rivai, “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: *Bank Syariah Vs Bank Konvensional*”, *Persona* Vol. 4, No. 03 September 2015
- Husain Muh Irsyad, “*Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FIAI UII Dalam Memilih Layanan Bank (Syariah)*”, *Manajemen* Vol. 1 No. 1 Juni 2016
- Juli E.S Towoliu, Willem. J.F.A Tumbuan, “Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado”, dalam *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2 Juni 2017
- Kadek Indayanti, et. Al., “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Mobil”, dalam *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha), Volume 2 Tahun 2014
- Mulyana, “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas

Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)",
Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015

Rachmad Hidayat, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Decision Making Process* (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura)",
JieMS Vol. 9, No 2, August 2016

Rohmaul Listyana & Yudi Hartono, "Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)",
Jurnal Agasty, Vol 5 No 1 Januari 2015, 121

Saiful Khozi, Ramli, Asri Setiawati, "Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jenis Bank: Penerapan Model Regresi Logistik Biner (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Balikpapan)",
Media Statistika Vol. 11 No. 1 2018

Santri Zulaicha, Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam",
Inovbiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis, Vol. 4, No. 2, Desember 2016

Suprihati, Wikan Budi Utami, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsuen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo", dalam *Paradigma*,
(Surakarta: STIE AAS Surakarta), Vol. 13, No. 1, Juli 2015

Yohanes Suhari, "Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya", dalam *Teknologi Informasi DINAMIK*, (Semarang: Universitas Stikubank), Volume XIII, No. 2 Juli 2008, 143 .

Yohanes Suhari, "Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya", *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Volume XIII, No.2, Juli 2008, 141.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website www.metroia.ac.id, email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 2312/In 28 3/D.1/PP 00.9/10/2018

18 Oktober 2018

Lampiran : -

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Liberty, S.E., M.A.
 2. Selvia Nuriasari, M.E.I.
- di - Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh!

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan : Bank Syariah VS Perbankan Konvensional (Studi Kasus Dosen dan Karyawan FEBI IAIN Metro)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian
 - b. Isi ± 3/6 bagian
 - c. Penutup ± 1/6 bagian

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dekan Bidang Akd &
Pembinaan

MAD SALEH

OUTLINE
IDENTIFIKASI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH BANK SYARIAH ATAU BANK KONVENSIONAL

HALAMAN SAMPUL DEPAN
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN
MOTTO
PERSEMBAHAN
HALAMAN KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Keputusan Konsumen
 - 1. Pengertian Keputusan Konsumen
 - 2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen
 - 3. Tingkat Pengambilan Keputusan Konsumen
 - 4. Faktor-faktor Penentu Pengambilan Keputusan Konsumen

B. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah
2. Fungsi dan Peran Bank Syariah
3. Tujuan Bank Syariah

C. Bank Konvensional

1. Pengertian Bank Konvensional
2. Persamaan dan Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

- a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
- b. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
- c. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

2. Deskripsi Data Penelitian

- a. Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah atau Bank Konvensional
- b. Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah atau Bank Konvensional

B. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP**

Metro, November 2019

Peneliti,



Nelly Fauziah
NPM. 1502100191

Menyetujui,

Pembimbing I



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Pembimbing II



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

IDENTIFIKASI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH ATAU BANK KONVENSIONAL

A. Informasi Nasabah

1. Jenis Kelamin Laki-laki Perempuan
2. Pendidikan Terakhir S1 S2 S3
3. Menjadi nasabah di Bank Umum Bank Umum Syariah
4. Produk yang digunakan di Bank Umum
 Giro Tabungan Deposito Kredit
5. Produk yang digunakan di Bank Umum Syariah
 Wadiah Mudharabah Musyarakah Murabahah
 Muzara'ah Musaqah As Salam Istishna
 Wakalah Kafalah Hawalah Rahn
 Qardh

B. Proses Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah

1. Bagaimana Bapak/Ibu memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah dalam pemenuhan kebutuhan hidup?
2. Mengapa Bapak/Ibu memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah? Apakah karena mendesaknya kebutuhan dan nilai produk pada Bank Umum/Bank Umum Syariah yang menyebabkan pemilihan tersebut?
3. Bagaimana Bapak/Ibu mendapatkan informasi tentang Bank Umum/Bank Umum Syariah?
4. Bagaimana ketika memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah, Bapak/Ibu sudah mengetahui produk-produk atau akad yang ada di bank tersebut?
5. Bagaimana Bapak/Ibu menggunakan produk Bank Umum/Bank Umum Syariah? dan apakah Bapak/Ibu merasa puas terhadap produk tersebut?
6. Bagaimana Bapak/Ibu memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah dengan membandingkan produk yang ada pada Bank Umum/Bank Umum Syariah?

7. Bagaimana proses pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Umum/Bank Umum Syariah dengan berbagai pertimbangan?

C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Umum/Bank Umum Syariah

1. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang penggunaan produk Bank Umum/Bank Umum Syariah karena mengikuti perkembangan budaya ?
2. Mengapa Bapak/Ibu memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah? Apakah kelas sosial mempengaruhi alasan Bapak/Ibu?
3. Mengapa Bapak/Ibu dalam memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah perlu bertanya kepada keluarga? Jika iya, bagaimana pendapat keluarga Bapak/Ibu mengenai Bank Umum/Bank Umum Syariah?
4. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pemilihan Bank Umum/Bank Umum Syariah berdasarkan jabatan atau posisi di tempat kerja?
5. Darimanakah Bapak/Ibu mendapatkan informasi produk-produk Bank Umum/Bank Umum Syariah?
6. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang produk-produk Bank Umum/Bank Umum Syariah? Apakah produk yang ditawarkan sesuai dengan ?
7. Mengapa Bapak/Ibu memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah berdasarkan kesesuaian dengan gaya hidup?
8. Menurut Bapak/Ibu, apakah kesesuaian dengan kepribadian Bapak/Ibu juga mempengaruhi Bapak/Ibu dalam memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah? Jika iya, mengapa demikian?
9. Bagaimana pelayanan yang diberikan Bank Umum/Bank Umum Syariah?
10. Bagaimana persepsi Bapak/Ibu memilih Bank Umum/Bank Umum Syariah terkait haramnya bunga bank?

D. Dokumentasi

1. Profil FEBI IAIN Metro-
2. Data dosen dan karyawan FEBI IAIN Metro

Metro, Desember 2019
Peneliti,



Nelly Fauziah
NPM. 1502100191

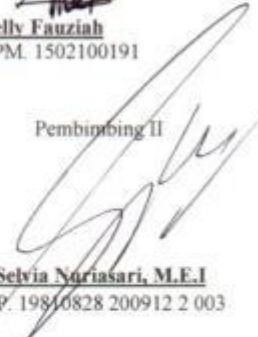
Menyetujui,

Pembimbing I



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Pembimbing II



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19840828 200912 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.ian@metrouniv.ac.id

Nomor : 0071/In.28/D.1/TL.00/01/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0070/In.28/D.1/TL.01/01/2020,
tanggal 07 Januari 2020 atas nama saudara:

Nama : **NELLY FAUZIAH**
NPM : 1502100191
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IDENTIFIKASI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH ATAU BANK KONVENSIONAL".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Januari 2020
Wakil Dekan I,


Drs. H.M. Saleh MA.
NIP. 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki, Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0070/In.28/D.1/TL.01/01/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **NELLY FAUZIAH**
NPM : 1502100191
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

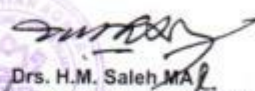
- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IDENTIFIKASI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH ATAU BANK KONVENSIONAL".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

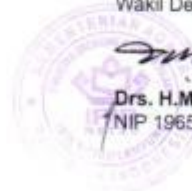
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 07 Januari 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,


Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website www.syarrah.metroiain.ac.id, e-mail: syarah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	Selasa 01/08/19		Ag - fkm wa kultur dad ? LBM → mekelora ? fai → Cepuk Upu	

Dosen Pembimbing II


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs,


Nelly Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syarrah.metrouniv.ac.id; e-mail: syarah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/SI PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	sdm 1/2019 3	-	- falsas peryok. lapta.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriansari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Nelly Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan K. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.syarah.metroiain.ac.id, e-mail: syarah.iain@metroiain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	Juar 18/3	✓	Hal-hal yang dibicarakan bisa?	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasati, M.E.I
NIP. 198408282009122003

Nelly Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.syanah.metrouniv.ac.id, e-mail: syanah.iam@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	ada 30/15 /4	✓	LBM → ? kriteria → ?	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Nelly Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.syaniah.metrouiniv.ac.id, e-mail: syaniah.iam@metrouiniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	19/18 /7	✓	Teori = di pelatikan. fashale.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Nelly Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Neli Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBSI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	23/13 17	✓	ada paper	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Neli Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimil (0725) 47296, Website: www.syarlah.metroivn.ac.id, e-mail: syarah.ian@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	Selasa 23/11/19	✓	Bimbingan Proposal. * Teknis pengetikan Konsisten mengacu pada buku panduan yg ada. * Pada latar belakang masalah jelaskan lebih dahulu secara detail lingga timbulnya masalah. * Rumusan Masalah boleh beberapa poin. Pertanyaan penelitian di kerucutkan dari rumusan masalah tsb.	

Dosen Pembimbing I

Liberty, S.E., M.A

NIP. 19740824 20003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Nelly Fauziah

NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Neli Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
	Rabu 24/-19 7	✓	Sistematika penulisan hitungkan saja. Mengacu pada buku panduan. Hindari penulisan singkatan 3. landasan teori perkuat referensi buku. perbaiki! —+—

Dosen Pembimbing I

Liberty, S.E., M.A.
NIP. 19740824 20003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Neli Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Neli Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
			Telah di revisi & di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan. ----- Proposal Acc: Siap di seminarakan -----

Dosen Pembimbing I

Liberty, S.E., M.A
NIP. 19740824 20003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Neli Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41887, Faksimili (0725) 47296, Website: www.syarlah.metrouniv.ac.id, e-mail: syarlah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2018/2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	senin 3-2-20		kecilnya BAB IV = hal pembelian ↳ profil = ukuran 2 halaman + berfoto-foto ↳ sama apa kontennya di bab IV	
	selasa 4-2-20		sebagai BAB IV = Deskripsi 1. Deskripsikan data informasi 2. gunakan teori apa? kenapa big bang teori penerapan?	Dokter penelitian Pembimbing Karyono menjelaskan

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Nelly Fauziah
NPM. 1502100191

(Lampiran untuk misra)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nelly Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing D	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	RABU / 5-2-2020	✓	Bahasa bab 4-5 : kembali informasinya	
	KAMIS / 6-2-2020	✓	Bahasa bab 4-5 : Jelaskan proses pengalihan keputusan Jelaskan faktor 2nya.	
	JUMAT 7-2-2020	✓	Bahasa bab 4-5 : Jelaskan buat komplek 2.	

Dosen Pembimbing D

Mahasiswa Ybs,

SELWITA ARIANSARI, M.C.T
Liberty, S.E., M.A
NIP. 196501111993031001
198108282009127003

Nelly Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Imgrulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syanah.metrouiniv.ac.id; e-mail: syannah.ian@metrouiniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Neli Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hai-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
	2018 11-2-2020	c	Revisi bab 4-5 dipetikan ke dalam faktor
	11-2-2020		Ara skripsi Ara program manajemen Ara note dan

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP-19810828 200922 2 003


Neli Fauziah
NPM. 1502100191



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syahid.metrouniv.ac.id; e-mail: syahid.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Neli Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
1	Senin, 11.5.2020		Latar belakang Masalah di Susun Secara piramida terbalik < mengerucut ke bawah > permasalahan di persumpsi ± - Visi & misi di Buang Permasalahan / pembatasan menganalisa / rumus sesuai APD. perbaiki

Dosen Pembimbing I

Liberty, S.E., M.A.

NIP. 19740824 20003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Neli Fauziah

NPM. 1502100191




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syahid.metrouniv.ac.id; e-mail: syahid.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Neli Fauziah
NPM : 1502100191

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
	Rabu, 12.5.2019		Bab 4-5 telah di pertenki Susuai Saran Saat Bimbriga Bab 4-5 Acc. lengkapi Lampiran ? Siap di Munagosalha 

Dosen Pembimbing I

Liberty, S.E., M.A
NIP. 19740824 20003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Neli Fauziah
NPM. 1502100191



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296. Website: www.syariah.metrouniv.ac.id. e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
	Kamis, 23-07-2020		Revisi Paska Ujian Munaqosah
	24/7/2020		Acc revisi paska munaqasyah

Dosen Pembimbing II


Savia Nufasari, M.E.I.
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs.


Neli Fauziah
NPM. 1502100191

FOTO PENELITIAN



Wawancara dengan Ibu Hermanita, M.M



Wawancara dengan Bapak M. Hanafi Zuardi, S.H.I.,M.S.I



Wawancara dengan Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I



Wawancara dengan Ibu Liberty, S.E.,M.A



Wawancara dengan Ibu Rofi'ah, S.Ag



Wawancara dengan Ibu Lella Anita, M.S.Ak



Wawancara dengan Bapak M. Makhrus Saadon, S.E.



Wawancara dengan Ibu Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Nelly Fauziah, dilahirkan di Gantiwarno pada tanggal 12 Mei 1997. Anak Pertama dari Dua bersaudara Pasangan dari Bapak Sarjan dengan Ibu Ngatimah.

Pendidikan yang peneliti tempuh dimulai pada usia 4 tahun di RA Ma'arif yang berada di desa Ganti Mulyo kecamatan Pekalongan kabupaten Lampung Timur. Kemudian melanjutkan jenjang sekolah dasar di SD Negeri 3 Ganti Mulyo pada tahun 2003 dan lulus pada tahun 2009. Lalu melanjutkan ke jenjang SMP Negeri 1 Pekalongan pada tahun 2009 dan lulus pada tahun 2012. Pendidikan menengah atas yang peneliti tempuh di MA Tri Bakti At Taqwa Rama Puja Raman Utara Lampung Timur pada tahun 2012 dan lulus pada tahun 2015. Setelah menyelesaikan pendidikan di jenjang MA, selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan di STAIN Jurai Siwo Metro Jurusan Strata Satu (S1) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dimulai pada semester 1 TA 2015/2016. Pada tahun 2016/2017 STAIN Jurai Siwo Metro berganti nama menjadi IAIN Metro.