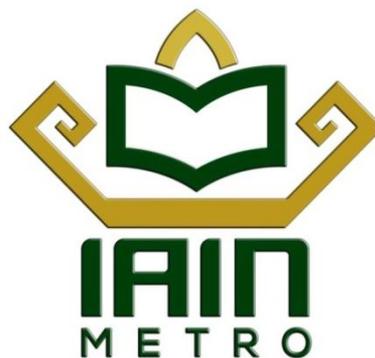


SKRIPSI

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA
S1 PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO BERTRANSAKSI
DENGAN BANK KONVENSIONAL
(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015)**

**Oleh:
RETNO JUWITA NINGRUM
NPM. 1502100104**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA S1
PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO BERTRANSAKSI
DENGAN BANK KONVENSIONAL
(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

RETNO JUWITA NINGRUM
NPM. 1502100104

Pembimbing I : Liberty, SE, MA
Pembimbing II : Dharma Setyawan, MA

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA S1
PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO BERTRANSAKSI
DENGAN BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus pada Mahasiswa
S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015)**

Nama : **RETNO JUWITA NINGRUM**
NPM : 1502100104
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Oktober 2019

Pembimbing I,

Liberty, SE, MA

NIP. 19740824 200003 2 002

Pembimbing II,

Dharma Setyawan, MA

NIP. 19880529 201503 1 005



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507, Faksimili (0726) 47296,
Website: www.iainmetro.ac.id E-mail: iainmetro@iainmetro.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 3386 / In. 28. 3 / D / PP. 00. 5 / 11 / 2019

Skripsi dengan Judul: FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA SI PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO BERTRANSAKSI DENGAN BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus pada Mahasiswa SI Perbankan Syariah Angkatan 2015), disusun Oleh: RETNO JUWITA NINGRUM, NPM: 1502100104, Jurusan: SI Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/24 Oktober 2019.

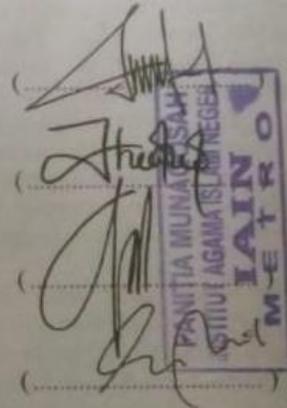
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Liberty, SE, MA

Penguji I : Hermanita, SE.MM.

Penguji II : Dharma Setyawan, MA

Sekretaris : Enny Puji Lestari, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

NOTA DINAS

Nomor
Lampiran
Hal

:
: 1 (satu) berkas
: Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Retno Juwita Ningrum

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **RETNO JUWITA NINGRUM**
NPM : 1502100104
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA S1
PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO BERTRANSAKSI
DENGAN BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus pada
Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015)**

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

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Oktober 2019

Pembimbing I,

Liberty, SE, MA

NIP. 19740824 200003 2 002

Pembimbing II,

Dharma Setyawan, MA

NIP. 19880529 201503 1 005

ABSTRAK

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO BERTRANSAKSI DENGAN BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015)

**Oleh
RETNO JUWITA NINGRUM**

Terdapat dua jenis perbankan di Indonesia yakni Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional. Perbankan Syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang mengharamkan riba sedangkan Bank Konvensional beroperasi dengan prinsip konvensional yang menggunakan riba sebagai alat mencari keuntungan. IAIN Metro merupakan perguruan tinggi negeri yang memiliki program study S1 Perbankan Syariah. Dimana mahasiswa dibekali dengan ilmu-ilmu yang berkaitan dengan perbankan syariah dan dasar hukum diharamkannya riba. Namun, sebagai sumber daya manusia yang paham akan perbankan syariah masih terdapat mahasiswa IAIN Metro yang justru menggunakan jasa perbankan konvensional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat penelitian ini adalah *deskriptif kualitatif*. Sumber data penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro angkatan 2015 dengan mendokumentasikan dokumen dan literature yang terkait dengan penelitian. Semua data yang diperoleh dianalisis secara induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN metro memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh dua faktor yakni faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yang menjadi dasar dalam memilih jasa Bank Konvensional diantaranya adalah faktor sosial pelayanan, keluarga, lokasi, dan kelompok acuan. Sedangkan faktor internal yang menjadi dasar mahasiswa dalam memilih jasa perbankan konvensional adalah faktor gaya hidup dan persepsi. Sehingga pengetahuan dan ilmu yang telah diperoleh tidaklah menjadi sebuah fondasi dalam memilih jasa perbankan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RETNO JUWITA NINGRUM

NPM : 1502100104

Jurusan : SI Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Oktober 2019
Yang Menyatakan,



Retno Juwita Ningrum
NPM. 1502100104

MOTTO

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Artinya: *Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (Q.S. Al-Baqarah: 275)*¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), 35

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. Atas curahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya yang menjadi sumber kekuatan bagi saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah SAW yang dinanti-nantikan syafaatnya kelak di *yaumul kiamah*. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat saya sayangi dan kasihi

1. Ibu dan Bapak Tercinta, Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Suti'ah) dan Bapak (Suyadi) yang telah memberikan dukungan, ridho dan kasih sayang yang tiada terhingga. Yang tak lelah memberiku motivasi, nasihat juga do'a disetiap waktunya yang tak kan mungkin dapat kubalas hanya dengan selembaran kertas yang bertuliskan kata persembahan.
2. Suamiku tercinta, Sandi Prayoga yang selalu sabar dan pengertian menghadapi ku, tiada lelah memberikan dukungan dan motivasi serta do'a sehingga membuatku semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabatku. Teruntuk sahabat-sahabatku yang selalu memberikan motivasi, nasihat dan dukungan yang membuatku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk Ria, terimakasih telah memberiku semangat dan mengajakku makan disaat aku lelah mengerjakan skripsi ini. Untuk Ciko, Miki, Devi, Maryana, Vivi, Ema, Ulfa, Ervi, Shintia, Intan, Nety, Eis, Vony, Dego dan Huda terimakasih atas bantuan yang kalian berikan.
4. Almamater IAIN Metro

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih 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 S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Liberty, SE, MA, selaku Pembimbing I pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak Dharma Setyawan, MA, selaku Pembimbing II pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Oktober 2019
Peneliti,



Retno Juwita Ningrum
NPM. 1502100104

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN ABSTRAK.....	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	11
B. Perilaku Konsumen	18
C. Bank	22
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	31
B. Sumber Data	31
C. Teknik Pengumpulan Data	32
D. Teknik Analisa Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro	35
1. Sejarah Singkat Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro ..	35
2. Struktur Organisasi IAIN Metro	38
B. Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 Memilih Bertransaksi Dengan Bank Konvensional.	39
C. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mmahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 Memilih Bertransksi dengan Bank Konvensional.....	43
BAB V PENUTUP	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1. Alasan Mahasiswa S1 PBS IAIN Metro Angkatan 2015 Memilih Bertransaksi dengan Bank Konvensional	5
--	---

DAFTAR GAMBAR

4.1. Struktur Organisasi IAIN Metro.....	38
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Foto-foto Penelitian
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan suatu lembaga yang sangat penting dalam perekonomian. Dimana bank merupakan suatu alat penggerak perekonomian di Indonesia. Bank adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan yang aktivitasnya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman serta memberikan jasa pelayanan bank lainnya.²

Negara Indonesia merupakan negara muslim, dimana sebagian besar penduduknya memeluk agama Islam. Di Indonesia, Bank beroperasi dengan dua sistem, yakni sistem konvensional atau biasa disebut dengan bank konvensional dan sistem syariah atau biasa disebut dengan bank syariah.

Bank Konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip konvensional, dimana bank menetapkan bunga sebagai harga produknya dalam mencari keuntungan dan Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak bank menetapkan *fee based* dalam nominal atau presentase tertentu.³

Sedangkan Bank Syariah adalah suatu bank yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah yang mengharamkan riba.

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 24.

³ *Ibid.*, 36.

Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan, bank syariah menggunakan prinsip-prinsip sebagai berikut⁴:

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah)
2. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah)
3. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah)
4. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah)
5. Pilihan pemindah kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).

Namun sebagai negara muslim, warga negara Indonesia justru lebih dominan dengan sistem konvensional yang menggunakan riba sebagai alat untuk mencari keuntungan. Di dalam ajaran Islam melarang keras adanya praktik riba sebagaimana telah dituangkan dalam ayat Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi⁵:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya: *Orang-orang yang makan(mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama*

⁴ Ibid., 37.

⁵ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2017), 20.

*dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan mereka, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*⁶

Indonesia yang menganut sistem perbankan konvensional ini tidaklah terlepas dari asal mula Negara Indonesia yang merupakan negara bekas jajahan Hindia Belanda yang menganut sistem konvensional. Sehingga tidak mustahil bahwa negara Indonesia turut menggunakan sistem konvensional.⁷

Sebagai lembaga keuangan, kegiatan bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan.⁸ Secara umum kegiatan bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit) serta memberikan pelayanan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh nasabah.

Pesatnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia sepertinya belum dapat menggeser posisi bank konvensional di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya masyarakat muslim yang belum beralih ke rekening bank syariah dan masih menggunakan Bank Konvensional dalam transaksinya. Berdasarkan perhitungan yang dihimpun oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Bahwa jumlah nasabah bank syariah saat ini berada

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 36

⁷ Kasmir, *Bank dan Lembaga.*, h 28.

⁸ *Ibid.*, h 38.

diangka 15 juta nasabah, sementara jumlah nasabah bank konvensional mencapai angka 80 juta nasabah.⁹

Dalam upaya perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia, telah tertuang dalam roadmap perbankan syariah 2015-2019 yang diluncurkan oleh OJK yang berisi delapan pokok yang dimaksudkan agar terciptanya sumber daya manusia yang ahli dalam bidang perbankan syariah sehingga perbankan syariah di Indonesia dapat berkembang dengan baik¹⁰.

Berdasarkan roadmap tersebut terdapat poin yang berbunyi “Pengembangan standar kurikulum perbankan syariah di perguruan tinggi” IAIN METRO merupakan salah satu perguruan tinggi yang telah mendirikan fakultas ekonomi dan bisnis Islam. Dimana dalam fakultas tersebut terdapat prodi S1 Perbankan Syariah yang mempelajari tentang sistem perbankan syariah yang kelak akan menjadi sumber daya manusia yang ahli dalam perbankan syariah di Indonesia.

Namun berdasarkan survey yang peneliti lakukan masih terdapat mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro justru memilih bertransaksi dengan bank konvensional daripada bertransaksi dengan bank syariah. Hal tersebut tentu saja bertolak belakang dengan ilmu perbankan syariah yang telah dipelajari selama ini.

⁹ Fahmi Nisa, ”Persentase Jumlah Nasabah Bank Syariah di Indonesia”, dalam www.kompasiana.com. pada 19 Desember 2018

¹⁰ Gustani Fauzi, ”*Kinerja dan Langkah Strategi pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia*” dalam jurnal *Prosding keungan dan Perbankan Syariah*, ((Bandung: Universitas Padjadjaran), Volume 2 No. 1 Edisi juni 2016, 6.

Berdasarkan survey yang peneliti lakukan, peneliti menemukan sebanyak lima mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro yang menggunakan rekening bank konvensional. Berikut adalah daftar mahasiswa yang memilih bertransaksi dengan bank konvensional beserta alasannya¹¹:

Tabel 1.1
Alasan Mahasiswa S1 PBS IAIN Metro Angkatan 2015
Memilih Bertransaksi dengan Bank Konvensional

No	Nama	Alasan	Bukti Transaksi
1	Maryana	Bank konvensional memiliki fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang baik.	Buku Rekening (BRI)
2	Noviana Hidayah	Akses dan fasilitas bank konvensional lebih mudah dan banyak ditemui.	Buku Rekening (BRI)
3	Susi Sumanti	Bertransaksi menggunakan Bank Konvensional lebih mudah. Pembuatan rekening bank syariah memakan waktu yang lama dan prosedur yang rumit.	Buku Rekening (BRI)
4	Marhamah	Belum ada bank syariah di daerah tempat tinggalnya.	Buku Rekening (BRI)
5	Endang Retno Asih	Bertransaksi dengan Bank konvensional mudah	Buku Rekening (BRI)

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa narasumber yakni mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro yang memilih bertransaksi dengan bank konvensional. Berdasarkan data di atas, tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa S1 Perbankan Syariah masih bertransaksi dengan bank konvensional, meskipun telah diberikan ilmu tentang perbankan syariah dan juga landasan-landasan hukum tentang diharamkannya riba.

¹¹ Mahasiswa S1 Perbankan Syariah semester 7, *Wawancara*, pada hari Selasa 27 November 2018, Metro.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi di bank konvensional. Sehingga penulis mengambil judul “Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Memilih Bertransaksi dengan Bank Konvensional”,

b. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian yang pada penelitian ini yaitu “Apa saja faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan bank konvensional ?”

c. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan tentang segala hal yang ingin dicari dalam sebuah penelitian.¹² Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan bank konvensional.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya adalah sebagai berikut:

¹² Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), 87.

A. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah memilih bertransaksi dengan bank konvensional

B. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan juga mampu memberikan manfaat secara praktis, yakni: bagi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro, diharapkan agar dapat menerapkan teori yang telah diterima dari kampus dalam kehidupan sehari-hari. Bagi peneliti, diharapkan agar dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang ilmu perbankan.

d. Penelitian Relevan

Berkenaan dengan hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji dalam penelitian ini yang mengangkat judul “Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Memilih Bertransaksi dengan Bank Konvensional.” Penelitian sebelumnya yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

1. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional” (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga). Yang disusun oleh Ahmad Yogi Sumara yang merupakan mahasiswa fakultas ekonomi dan

bisnis Islam universitas Islam negeri sunan kalijaga Yogyakarta.¹³ Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2017. Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh keluarga, kualitas produk bank, dan kelompok referensi terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Yang hasilnya adalah bahwa keluarga memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Kualitas produk bank juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dimana permasalahan yang penulis angkat bertujuan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan bank konvensional. Sedangkan kesamaannya yakni sama-sama mencari informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim yang memilih bertransaksi dengan bank konvensional.

2. “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan alumni pesantren gontor tidak menggunakan perbankan syariah” yang disusun oleh Herry Arianto yang merupakan mahasiswa fakultas ekonomi universitas Islam Indonesia.¹⁴ penelitian tersebut di laksanakan pada taun 2017. Adapun kesimpulannya yakni adalah bahwa faktor yang mempengaruhi alumni

¹³ Ahmad Yogi, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional, (UIN Sunan Kalijaga, 2017).

¹⁴ Herry Arianto, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Alumni Pesantren Gontor Tidak Menggunakan Perbankan Syariah, (Universitas Islam Indonesia, 2017)

gontor tidak menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh persepsi bagi hasil serta persepsi lokasi daripada persepsi relijiusitas dan persepsi pelayanan dan fasilitas. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dimana permasalahan yang penulis angkat bertujuan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan bank konvensional. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama mencari informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim yang memilih bertransaksi dengan bank konvensional.

3. “Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah BRI Syariah cabang yos sudarso Yogyakarta” yang disusun oleh Marlina Ayu Apriantini yang merupakan mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri Yogyakarta.¹⁵ Penelitian tersebut dilaksanakan pada tahun 2014. Adapun kesimpulannya adalah bahwa faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah di bank syariah adalah faktor promosi, fasilitas, reputasi pelayanan, ekonomis dan agamis. Sebagian besar nasabah non muslim yang menjadi nasabah bank syariah dikarenakan karena faktor bebas biaya administrasi, saldo minimal rendah dan gratis biaya transfer ke bank lain. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dimana permasalahan yang penulis angkat bertujuan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan bank

¹⁵ Marlina Ayu Apriantini, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah BRI syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta, (Universitas Negeri Yogyakarta, 2014)

konvensional. Sedangkan kesamaannya adalah sama-sama mencari faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada di luar diri manusia (*eksternal*) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (*internal*). Faktor-faktor eksternal adalah faktor budaya dan sosial. Sedangkan faktor internal yang utama adalah pribadi dan psikologi.¹⁶

1. Faktor Budaya

Faktor budaya terdiri dari beberapa sub yang berkaitan, antara lain dengan:

a. Budaya

Merupakan penentu keinginan dan perilaku seseorang yang terdiri dari kumpulan nilai, preferensi dan perilaku yang memberikan pengaruh terhadap konsumen. Budaya adalah sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol.¹⁷

b. Sub budaya

Merupakan sub yang lebih kecil yang menyediakan identifikasi dan sosialisasinya yang lebih spesifik bagi anggota-anggotanya. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, ras, dan daerah geografis¹⁸

¹⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), 227.

¹⁷ *Ibid*

¹⁸ *Ibid*

c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat.¹⁹

2. Faktor Sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial sebagai berikut:

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen tersebut. sikap atau perilaku seseorang Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap konsumen dinamakan kelompok keanggotaan yang juga merupakan kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja yang berinteraksi dengan konsumen secara terus menerus dan informal.

Selain itu, terdapat juga kelompok sekunder seperti kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.²⁰

b. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh. Kehidupan pembeli dapat dibedakan menjadi dua keluarga yaitu kelompok orientasi terdiri dari

¹⁹ *Ibid*

²⁰ Donni Juni Priansa, *Perilaku konsumen.*, 83.

orang tua dan saudara kandung seseorang. atas agama, politik, dan ekonomi serta ambisi pribadi.²¹

c. Pelayanan

Dalam memberikan pelayanan pegawai dengan nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua belah pihak baik pihak nasabah maupun pihak pegawai dapat saling menghargai. Nasabah yang hendak melakukan investasi maupun pembiayaan pada suatu lembaga keuangan harus mendapatkan pelayanan yang baik agar merasa puas dengan kerjasama tersebut. Hasil yang diperoleh oleh lembaga keuangan atas pelayanan tersebut adalah sebuah fee atau komisi.²²

d. Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau melayani konsumen.²³ Setiap konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang mudah dijangkau untuk memudahkan aksesnya saat menuju bank tersebut. Oleh sebab itu lokasi yang ditetapkan oleh bank haruslah benar-benar strategis agar mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai penjuru.

e. Peran dan status

Konsumen berpartisipasi kedalam banyak kelompok epanjang hidupnya, misalnya keluarga, klub, organisasi dan lain-lain. Kedudukan konsumen dalam kelompok tersebut ditentukan

²¹ *Ibid*

²² Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Prenada Media Group, 2005) h. 53

²³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) h.141

berdasarkan peran dan statusnya. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh pelanggan. Masing-masing peran mengharapkan status konsumen orang memilih produk yang dapat mengomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat.²⁴

3. Faktor Pribadi

Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi.

Karakteristik tersebut meliputi:

a. Usia dan Tahap Siklus hidup

Konsumen mengkonsumsi produk yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Perusahaan sering memilih kelompok-kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka. Namun, rumah tangga yang menjadi sasaran tidak selalu berdasarkan konsep keluarga.²⁵

b. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pada umumnya perusahaan berusaha mengidentifikasi kelompok profesi yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk mereka. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang.²⁶

c. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri konsumen yang berinteraksi dengan lingkungannya.

²⁴ *Ibid.*, 84.

²⁵ *Ibid*

²⁶ *Ibid*

Perusahaan mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup. Dengan demikian, perusahaan dapat dengan lebih jelas mengarahkan mereknya kepada gaya hidup orang yang berprestasi.²⁷

d. Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap konsumen memiliki karakteristik yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelinya. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen, asalkan jenis kepribadian tersebut dapat diklasifikasikan dengan akurat dan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pilihan produk atau merek. Konsep diri sering disebut dengan citra pribadi yang merupakan bagian dari kepribadian konsumen. Konsep diri ini dapat dijadikan oleh perusahaan sebagai pengembangan citra merek yang sesuai dengan konsep diri konsumen.²⁸

4. Faktor Psikologis

A. Motivasi

²⁷ *Ibid.*, 85.

²⁸ *Ibid*

Konsumen memiliki banyak kebutuhan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut bersifat *biogenic* dan *psychogenic*. Kebutuhan yang bersifat biogenic adalah kebutuhan yang muncul dari tekanan biologis. Sedangkan kebutuhan yang bersifat Psychogenic adalah kebutuhan yang muncul dari tekanan psikologis. Kebutuhan tersebut akan menjadi motif jika didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang mendorong konsumen untuk bertindak.²⁹

B. Persepsi

Konsumen yang termotifasi siap bertindak. Bagaimana tindakan sebenarnya konsumen yang termotifasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik namun juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu konsumen tersebut. Konsumen dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama karena³⁰:

1) Perhatian selektif

Merupakan suatu proses penyaringan rangsangan.

2) Distorsi selektif

²⁹ *Ibid.*, 86.

³⁰ *Ibid*

Merupakan kecenderungan konsumen untuk mengubah informasi menjadi bermakna pribadi dan menginterpretasikan informasi tersebut dengan cara yang akan mendukung prakonsepsinya

3) Ingatan selektif

Mengingat hal-hal baik yang disebutkan tentang produk yang pasti konsumen sukai dan merupakan hal-hal baik yang disebutkan tentang produk pesaing.

C. Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku konsumen yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil belajar. Pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan, dan penguatan. Pendorong (*drives*) adalah rangsangan internal yang kuat yang mendorong tindakan. Isyarat (*cues*) adalah rangsangan kecil yang menentukan kapan, dimana, dan bagaimana tanggapan seseorang. Teori pembelajaran mengajarkan para pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas sebuah produk dengan mengaitkannya kepada dorongan atau motivasi, dan memberikan penguatan yang positif.³¹

D. Keyakinan dan sikap

³¹ *Ibid.*, 87.

Melalui bertindak dan belajar, konsumen mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka

1) Keyakinan (*believe*)

Gambaran pemikiran yang dianut konsumen tentang gambaran sesuatu. Keyakinan konsumen tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Keyakinan mungkin berdasarkan pengetahuan, pendapat atau kepercayaan (*faith*). Kesemuanya itu mungkin atau tidak mungkin mengandung faktor emosional. Tentu saja, perusahaan sangat tertarik pada keyakinan yang ada dalam pikiran konsumen tentang produk yang mereka hasilkan. Keyakinan tersebut membentuk citra merek di benak konsumen, dimana konsumen akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Jika beberapa keyakinan keliru dan kampanye untuk mengoreksi keyakinan-keyakinan tersebut. Bagi perusahaan dengan skala pemasaran global, fakta bahwa konsumen sering mempertahankan keyakinan yang mudah dilihat tentang merek atau produk berdasarkan negara asal mereka, merupakan hal yang paling penting untuk diperhatikan.³²

2) Sikap (*attitude*)

Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak

³² *Ibid*

menguntungkan dan bertahan lama dari konsumen terhadap suatu objek atau gagasan. Jadi, perusahaan sebaiknya menyesuaikan produk yang dihasilkannya dengan sikap yang telah ada daripada berusaha untuk mengubah sikap konsumen. Tentu saja terdapat beberapa pengecualian, dimana biaya besar untuk mengubah sikap konsumen akan memberikan hasil.³³

B. Perilaku Konsumen

Kata konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) atau *consumenten/konsumment* (Belanda). Secara harfiah *consumer* adalah setiap orang yang menggunakan barang dan jasa.³⁴ Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditampilkan oleh konsumen saat mereka mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya.³⁵ Dalam hal ini konsumen akan mencari kemudian membelinya dan lalu menggunakan barang ataupun jasa yang mereka butuhkan dan/atau yang mereka inginkan, kemudian mereka akan memberikan evaluasi dan menghabiskan barang atau jasa yang telah mereka gunakan. Dengan begitu evaluasi yang telah dikeluarkan oleh konsumen akan sampai ke pihak produsen, sehingga dapat menjadi saran bagi produsen untuk memperbaiki produknya agar sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Oleh karena itu sangatlah penting mempelajari perilaku konsumen bagi produsen.

³³ *Ibid*

³⁴ Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), 2.

³⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), 62.

Tujuan utama dari keberadaan suatu perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Apabila perusahaan mampu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik dan cepat dibandingkan dengan pesaingnya, maka kesuksesan dalam mencapai profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan akan sangat mudah dicapai.³⁶ Dalam proses pemasaran, konsumen menjadi titik sentral perhatian pemasaran. Sehingga mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sangatlah penting. Sebagai contoh ketika pemasar mengetahui bahwa konsumen yang menginginkan produknya hanya sebagian kecil, saja dari populasi dengan karakteristik khusus, maka upaya-upaya pemasaran produk bisa diarahkan dan difokuskan pada kelompok tersebut. Dengan memfokuskan bidikan, maka biaya yang dikeluarkan untuk promosi akan lebih murah dan tepat sasaran.³⁷

Dalam mempelajari perilaku konsumen perlu diketahui sifat-sifat konsumen. Diantaranya adalah sebagai berikut³⁸:

1. Konsumen Pengambil Keputusan

Tipe konsumen ini telah mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkannya dan pihak produsen atau perusahaan harus mampu menyediakannya.

2. Konsumen yang Seolah Serba Tahu

Merupakan tipe konsumen yang seolah-olah mengetahui segalanya tentang produk, dialah yang bercerita kepada perusahaan, meskipun yang

³⁶ *Ibid.*, 61.

³⁷ Rini Dwi Astuti dkk, *Ilmu Prilaku Konsumen*, (Malang: UB Press, 2012), 6.

³⁸ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen.*, 80-82

diceritakan tidak seluruhnya benar tetapi perusahaan tidak perlu membantahnya.

3. Konsumen yang Menghenaki Fakta

Tipe konsumen ini membutuhkan waktu yang lama untuk mempertimbangkan pembeliannya. Dalam menghadapi tipe ini, perusahaan hanya perlu memberikan penjelasan tentang konstruksi dan cara-cara penggunaan produk yang akan dibelinya.

4. Konsumen Sukar Mengambil Keputusan

Tipe konsumen yang sukar mengambil keputusan biasanya ia sukar dalam menentukan ukuran dan warna dari barang yang akan di belinya. Untuk menghadapi tipe semacam ini adalah dengan berusaha membantu konsumen dalam mengambil keputusan mencoba menentukan apa yang sebenarnya dibutuhkan konsumen tersebut.

5. Konsumen yang Aktif Berbicara

Pada tipe ini konsumet bersifat senang mengobrol, tetapi tidak mengarah kepada pembelian. Untuk menghadapi konsumen seperti ini produsen bisa melayani obrolan tersebut dan mengarahkan pembicaraan edikit demi sedikit ke arah pembelian.

6. Konsumen yang Groggi

Konsumen tipe ini biasanya agak canggung dan merasa takut kalau kekurangan pengetahuannya tentang suatu produk menjadi nyata jika ia bertanya-tanya. Dalam menghadapi konsumen dengan tipe ini adalah

dengan menunjukkan kesan bahwa konsumen tidak mengetahui apa-apa tentang suatu produk.

7. Konsumen Mengambil Keputusan Namun Salah.

Konsumen tipe ini biasanya mendatangi sebuah perusahaan dengan telah memiliki keputusan tertentu, namun menurut perusahaan pilihan konsumen tersebut tidak sesuai dengan maksud penggunaannya, sehingga perusahaan perlu memberi koreksi kepada konsumen tersebut. Untuk menghadapi konsumen semacam ini pihak perusahaan cukup menawarkan penggunaan dan manfaat dari produk tersebut dan produk yang seharusnya dibeli.

8. Konsumen yang Menyukai Diskon

Hampir semua konsumen menyukai diskon, pada tipe ini konsumen cenderung menghendaki potongan harga dari barang yang dibelinya. Cara menghadapinya adalah dengan menginformasikan bulan-bulan tertentu yang ada diskonnya.

C. Bank

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya *bangku*. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Kemudian istilah banku secara resmi dan populer menjadi *Bank*.³⁹

Kasmir mendefinisikan pengertian bank adalah “Perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan yang aktivitasnya adalah menghimpun dana

³⁹ Malayu SP Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), 1.

dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman serta memberikan jasa pelayanan bank lainnya.”⁴⁰

Sedangkan menurut Taswan mendefinisikan bank adalah “lembaga yang menerima simpanan giro, deposito, dan membayar atas dasar dokumen yang ditarik pada orang atau lembaga tertentu, mendiskonto surat berharga dan menanamkan dananya dalam surat berharga.”⁴¹

H. Malayu S.P. Hasibuan mendefinisikan bank adalah “lembaga keuangan yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (financial assets) serta bermotifkan profit dan juga sosial, dengan begitu bank bukan hanya mencari keuntungan saja.”⁴²

Berdasarkan pengertian di atas bank adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan yang aktivitasnya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk giro, deposito tabungan dan simpanan yang kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman serta memberikan pelayanan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh nasabah.

Bank konvensional adalah bank yang dalam kegiatan usahanya secara konvensional yang mendapatkan keuntungan dari bunga.⁴³ Bank konvensional di Indonesia lebih dominan dibandingkan dengan bank syariah. Hal ini dikarenakan sejak awal berdirinya Negara Indonesia memanglah telah

⁴⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 24.

⁴¹ Taswan, *Akuntansi Perbankan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta, 2006), 4.

⁴² Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, 2.

⁴³ Aang Imam, *Pengertian dan perbedaan bank konvensional dan bank syariah*, dalam www.kuliah.info 28 November 2018.

menggunakan prinsip konvensional yang dibawa oleh bangsa barat yang menganut paham sistem ekonomi kapitalis yang menghalalkan riba⁴⁴.

Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, bank konvensional menggunakan dua metode, yaitu:⁴⁵

1. Menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan seperti giro, tabungan maupun deposito. Demikian pula harga untuk produk pinjaman (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah spread based. Apabila suku bunga simpanan lebih tinggi dari suku bunga pinjaman maka dikenal dengan istilah negative spread, hal ini telah terjadi di akhir tahun 1998 dan sepanjang tahun 1999.
2. Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan barat menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau persentase tertentu yang biasanya sebut dengan istilah fee based.

Dalam pemasaran konvensional system pemasaran yang dilakukan cenderung bebas dan tidak menggunakan prinsip ketuhanan. Dimana penjual akan melakukan berbagai cara tanpa memandang baik dan buruk halal dan haram untuk memikat konsumen agar mau membeli produknya. dalam pemasaran konvensional juga konsumen berperan untuk menjadi objek dalam mencapai target penjualan. Sehingga dimasa yang akan datang bisa saja

⁴⁴ Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), 13.

⁴⁵ *Ibid.*, 36.

konsumen dirugikan.⁴⁶ Konsep pesaran konvensional juga dalam menghadapi pesaing bisnis akan memandangnya sebagai musuh yang harus dikalahkan agar tidak menurunkan pangsa pasarnya.⁴⁷

Islam melarang keras adanya praktik riba sebagaimana telah dituangkan dalam ayat Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi⁴⁸:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya: Orang-orang yang makan(mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.⁴⁹

Bank syariah muncul sebagai solusi untuk menghindari praktik riba, dimana Bank syariah merupakan bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Menurut Amir Machmud dan Rukmana Bank syariah adalah suatu

⁴⁶ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), 29.

⁴⁷ *Ibid.*, 32.

⁴⁸ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2017), 20.

⁴⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 36

lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan prinsip syariah Islam yang berlandaskan pada Alqur'an dan hadist Nabi SAW.⁵⁰

Istilah bunga atau yang biasa disebut dengan riba dalam Islam merupakan suatu sistem ekonomi kapitalis yang menyebabkan dampak buruk bagi ekonomi masyarakat. Masyarakat miskin yang membutuhkan dana harus berfikir berkali-kali jika ingin meminjam dana untuk modal, hal ini dikarenakan mereka takut dengan besarnya bunga yang harus mereka keluarkan setiap bulannya. Dengan demikian tentu saja dapat menghambat perkembangan perekonomian di negara kita. Oleh sebab itu Islam mengharamkan riba.

Dalam operasionalnya bank syariah memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat dengan perantara metode bagi hasil yang dapat membantu masyarakat yang kekurangan modal dalam mengembangkan usahanya sehingga akan bermunculan usaha-usaha baru yang dapat mengurangi pengangguran. dengan menggunakan metode bagi hasil, bank syariah dapat mengajak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank syariah karena menghindari riba.

Bank syariah memiliki beberapa produk, diantaranya adalah:⁵¹

1. *Al-Wadi'ah* (simpanan)

Wadiah adalah barang titipan yang dititipkan seseorang kepada pihak lain untuk dijaga dan dirawat sebagaimana mestinya.⁵²

⁵⁰Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta:Erlangga, 2010), 9.

⁵¹ Kasmir, *Bank dan.*, 166.

2. Pembiayaan dengan bagi hasil

Dalam penyaluran pembiayaan Bank Syariah menerapkan system bagi hasil sebagai sarana dalam memperoleh keuntungan. Prinsip bagi hasil dalam Bank Syariah diterapkan dalam pembiayaan dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu⁵³:

- a). *al- musyarakah*
- b). *al- mudharabah*
- c). *al-muza'arah*
- d). *al-musaqah*

3. *Bai'Al-Murabahah*

Jual beli *murabahah* adalah jual beli dimana si penjual mengambil keuntungan dari barang yang dijualnya, sementara si pembeli mengetahui harga awal dari barang tersebut.⁵⁴

4. *Bai'As-Salam*

Bai' As-Salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang.⁵⁵

5. *Bai' Al-Istisna*

Istisna' adalah akad untuk membeli barang-barang buatan atau hasil karya. *Al-istisna* sama halnya dengan *as-salam* hanya saja objek akad atau transaksi belu ada. Hanya saja pembeli tidak disyaratkan untuk

⁵² Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 180.

⁵³ Kasmir, *Bank dan.*, 169.

⁵⁴ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah.*, 68.

⁵⁵ *Ibid.*, 86.

memberikan modal atau uang muka kepada penjual atau penerima pesanan.⁵⁶

6. *Al-Ijarah*

Ijarah adalah akad untuk memberikan pengganti atau kompensasi atas penggunaan manfaat suatu barang.⁵⁷

7. *Al-Wakalah*

Al-Wakalah adalah pemberian kuasa kepada pihak lain untuk mengerjakan sesuatu.⁵⁸

8. *Al-Kafalah*

Kafalah adalah jaminan atau garansi yang diberikan oleh satu pihak ke pihak lain berupa pemenuhan kewajiban yang harus dilakukan oleh pihak yang seharusnya bertanggung jawab.⁵⁹

9. *Al-Hawalah*

Hawalah adalah pengalihan untuk menuntut pembayaran utang dari satu pihak kepada pihak lain yang saling diketahui oleh para pihak yang mengalihkan utang.⁶⁰

10. *Ar-Rahn*

Rahn disebut juga gadai. *Rahn* adalah jaminan yang diserahkan oleh pihak pengutang kepada yang member utang.⁶¹

⁵⁶ *Ibid.*, 94.

⁵⁷ *Ibid.*, 102.

⁵⁸ *Ibid.*, 206.

⁵⁹ *Ibid.*, 220.

⁶⁰ *Ibid.*, 234.

⁶¹ *Ibid.*, 192.

Dalam praktiknya pemasaran syariah memiliki konsep tersendiri yang berbeda dari bank konvensional. Pasar syariah seringkali disebut sebagai pasar emosional dimana dalam berbisnis hanyalah karena alasan emosional keagamaan dan bukan karena ingin mendapatkan keuntungan finansial yang bersifat rasional. Namun pernyataan tersebut dibantah oleh K.H. Didin Hafidhudin, dimana menurut beliau orang-orang yang selama ini dikatakan berada di pasar emosional justru sebenarnya sangatlah rasional dalam menentukan pilihan, lebih kritis, lebih teliti dan lebih cermat dalam membandingkan lembaga-lembaga yang bukan syariah.⁶²

Praktik bisnis dan pemasaran tengah mengalami pergeseran dan mengalami transformasi dari level intelektual (rasional) ke emosional dan akhirnya ke spiritual. Pada level intelektual (rasional), pemasaran akan menyikapi pemasaran secara fungsional teknikal dengan menggunakan sejumlah tools pemasaran, seperti segmentasi pasar, bauran pemasaran (*marketing mix*), *targeting*, *branding*, *positioning*, riset pemasaran, pengukuran dan peramalan serta tools pemasaran lainnya pada level ini otak kiri lebih dominan. Kemudian level emosional yakni kemampuan pemasar dalam memahami emosi dan perasaan pelanggan menjadi penting dimana pelanggan dilihat sebagai manusia seutuhnya lengkap dengan emosi dan perasaannya. Dalam level ini otak kanan akan lebih dominan.⁶³

Pada level spiritual praktik pemasaran kembali pada fungsi yang hakiki dan berjalan dengan moralitas yang kental yang mendominasi

⁶² Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran.*, 16-17.

⁶³ *Ibid.*, 18.

prinsip kejujuran, empati, cinta, dan kepedulian terhadap sesama. Dalam syariah marketing, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun juga berorientasi pada tujuan keberkahan. Dimana perpaduan antara keduanya akan menghasilkan konsep masalah yang bagi sebagian pihak dinilai sebagai konsep yang abstrak. Namun hal ini merupakan salah satu konsep inti pada syariah marketing yang menjadi landasan pada suatu perusahaan berbasis syariah.⁶⁴

⁶⁴ *Ibid.*, 19.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum, seperti pegawai negeri sipil, siswa/mahasiswa, petani, pedagang, dan sebagainya maupun masyarakat secara khusus, yaitu hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya.⁶⁵ Dimana dalam penelitian ini sasaran yang penulis tujuan adalah mahasiswa. Sedangkan sifat penelitian ini adalah *deskriptif kualitatif* yakni suatu penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk mengungkap segala sesuatu atau berbagai aspek dari sasaran penelitiannya.⁶⁶ Dimana penulis ingin mengungkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional.

B. Sumber Data

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang belum diolah dan diuraikan orang lain.⁶⁷ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara dengan 25 narasumber dari mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro yang menggunakan

⁶⁵ Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CV.Pustaka Setia, 2015), 55.

⁶⁶ *Ibid*, 57.

⁶⁷ Rianto Adi, *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Granit, 2004), 58.

rekening bank konvensional. Sedangkan datasekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara yang dijadikan sebagai bahan pendukung dari penelitian.⁶⁸ Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku teori pokok, dokumen dan arsip-arsip yang berkaitan dengan objek penelitian. Kasmir (Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, 2014), Mardani (Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia, 2017), Malayu SP Hasibuan (Dasar-Dasar Perbankan, 2015), Irham Fahmi (Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, 2014), Donni Juni Priansa (Prilaku konsumen dalam persaingan bisnis, 2017).

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.⁶⁹ Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung kepada responden yaitu mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro yang dapat memberikan keterangan tentang factor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional. Dalam penelitian ini penulis

⁶⁸ Nur Indriyanto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPEE, 2013), 147.

⁶⁹ Lexy JMoleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2012), 186.

menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah “pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian”⁷⁰ metode dokumentasi yang dimaksud adalah berupa buku-buku, artikel, Koran dan sebagainya untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan aktivitas perbankan.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan kumpulan wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk dapat meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain.⁷¹

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif karena data yang diperoleh dari penelitian adalah berupa keterangan-keterangan yang berbentuk uraian. Dalam mengarahkan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan induktif, dimana pendekatan

⁷⁰ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV.Afabeta, 2009), 152.

⁷¹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), 402.

induktif memungkinkan temuan-temuan penelitian muncul dari keadaan umum, tema-tema dominan dan signifikan yang ada dalam data.⁷²

Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif untuk membahas secara khusus tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan bank konvensional dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian.

⁷² Lexy J Moleong, *Metode Penelitian.*, 297.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro

1. Sejarah Singkat Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro

Asal mula berdirinya IAIN Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Raden Intan di Bandar Lampung yang merupakan hasil upaya dari para tokoh agama dan tokoh masyarakat yang tergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) yang berdiri tahun 1961 diketuai oleh RD. Muhammad Sayyid.⁷³

Pada tanggal 13 oktober 1964 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 86/1964 merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta menjadi negeri, namun tidak berdiri sendiri melainkan cabang Fakultas Tabiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Pada tahun 1967 atas permintaan mesyarakat Metro kepada YKIL agar dibuka Fakultas Tabiyah dan Fakultas Syariah di Metro atas persetujuan Dekan Fakultas Tabiyah IAIN Raden Fatah Palembang.⁷⁴

Pada tanggal 23-25 April 1997 diadakan rapat kerja para rektor dan dekan fakultas di luar induk. Pada kesempatan ini ditetapkan pula perubahan dan pengesahan fakultas di luar induk manjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan SK Presiden No.11 tahun 1997. Berdasarkan saran Bupati (saat itu Drs. Herman Sanusi) maka

⁷³ www.metrouniv.ac.id, diakses pada 17 Juni 2019.

⁷⁴ www.metrouniv.ac.id, diakses pada 17 Juni 2019.

ditetapkan nama STAIN Metro adalah STAIN Jurai Siwo Metro mengingat STAIN ini berada di Lampung Tengah yang memiliki tradisi dan budaya "Sembilan Marga Penyibang".⁷⁵

Penataan-penataan demi penataan kelembagaan dalam STAIN Jurai Siwo Metro semakin hari semakin ditingkatkan. Sejalan dengan dinamika kehidupan kampus sejak 1997 juga dibuka jurusan baru yakni Jurusan Syari'ah yang saat itu hanya satu program studi yaitu Ahwalusy Syakhsiyyah. Baru pada tahun 1999. Masa ini dikenal dengan istilah passing out karena sejak tahun 1997 STAIN Metro sudah tidak berada di bawah IAIN Raden Intan lagi. Kampus STAIN Jurai Siwo Metro mengalami kemajuan signifikan. Satu-satunya kampus negeri di Kota Metro ini menjadi kampus Islam yang diminati calon mahasiswa dari berbagai daerah, baik dari Lampung maupun luar.⁷⁶

Tahun 2010 adalah tahun persiapan alih status STAIN menjadi IAIN. Saat ini civitas akademika STAIN Jurai Siwo Metro dengan berbagai upaya berusaha menjadi perguruan tinggi unggulan dan terdepan dalam pengkajian dan pengembangan ilmu, seni dan budaya keIslaman. 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

Musyawarah alumni juga menjadi salah satu syarat administrasi alih status STAIN ke IAIN. Hal ini sudah lama dilakukan pada masa

⁷⁵ www.metrouniv.ac.id, diakses pada 17 Juni 2019.

⁷⁶ www.metrouniv.ac.id, diakses pada 17 Juni 2019.

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 menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas yang merupakan penggabungan dari 2 jurusan dengan 9 program studi.⁷⁷

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik.⁷⁸

Berdasarkan sejarah di atas dapat dipahami bahwa, Institut Agama Islam Negeri Metro atau IAIN Metro merupakan perubahan status dari STAIN Jurai Siwo Metro. Pendirian IAIN Metro tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016 yang ditanda tangani oleh Presiden Joko Widodo.⁷⁹

⁷⁷ www.metrouniv.ac.id, diakses pada 17 Juni 2019.

⁷⁸ www.metrouniv.ac.id, diakses pada 17 Juni 2019.

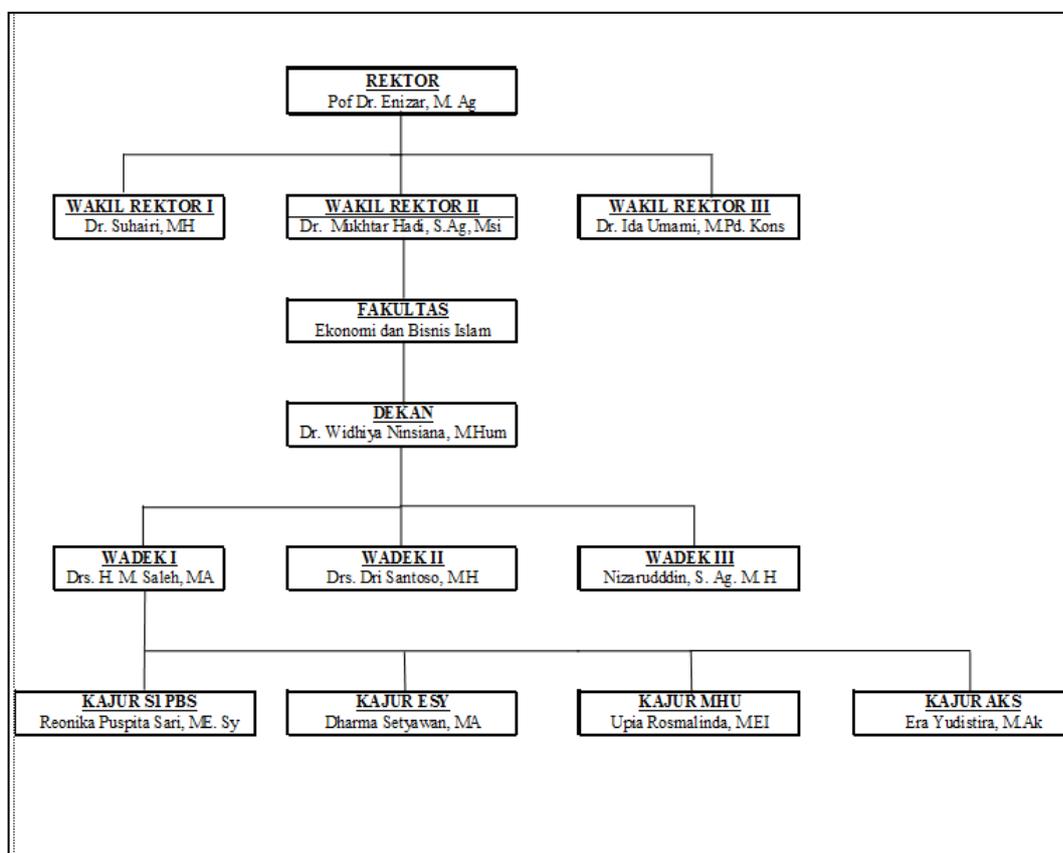
⁷⁹ www.metrouniv.ac.id, diakses pada 17 Juni 2019.

2. Struktur Organisasi IAIN Metro

Struktur Organisasi IAIN Metro dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi IAIN Metro



B. Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 Memilih Bertransaksi Dengan Bank Konvensional.

Untuk mengetahui gambaran tentang faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro angkatan 2015 memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional maka peneliti melakukan wawancara terhadap sejumlah mahasiswa yang bersedia menjadi objek penelitian. Adapun wawancara yang peneliti lakukan terhadap beberapa mahasiswa program studi S1 Perbankan Syariah IAIN Metro angkatan 2015 terkait dengan faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih bertransaksi dengan bank konvensional adalah sebagai berikut:

Terdapat Sembilan mahasiswa yakni Marhamah, Vivi Aprilia, Devita Sari, Muinatul Khoiriyah, Anggun Lutfia, Ike Nurjannah, Nur Mudmainah, Ulfa Yunita Sari, dan Diah Anggraini Arus Pertiwi. Mereka memiliki pendapat yang sama. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan di daerah tempat tinggalnya hanya terdapat Bank Konvensional. Sehingga untuk mengefesienkan waktu tempuh dan biaya perjalanan mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional tersebut. Mereka menggunakan rekening yang sama yakni rekening Bank BRI Konvensional. Mereka juga merasa puas dengan kemudahan transaksi yang diberikan pihak bank konvensional. Mereka biasa menggunakan rekening ini untuk menabung, bertransaksi via online dan menerima kiriman dari orang tua dan sanak saudara. Mereka belum berminat untuk beralih ke Bank Syariah dikarenakan jarak tempuh yang cukup jauh, dan sudah terlanjur mempercayai

jasa Bank Konvensional. Berdasarkan informasi di atas dapat diketahui bahwa responden Marhamah, Vivi Aprilia, Devita Sari, Muinatul Khoiriyah, Anggun Lutfia, Ike Nurjannah, Nur Mudmainah, Ulfa Yunita Sari, dan Diah Anggraini Arus Pertiwi memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional atas dasar faktor eksternal lokasi. Hal ini dikarenakan dalam memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional responden mempertimbangkan di daerah tempat tinggalnya hanya terdapat Bank Konvensional. Sehingga jarak tempuh yang cukup dekat membuat responden merasakan kemudahan.

Terdapat tujuh mahasiswa yakni, Maryana, Susi Sumanti, Noviana Hidayah, Endang Retno Asih, Eis Septia Ningrum, Fathun Nikmah dan Siti Nurdiani yang memiliki pendapat yang sama. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan mereka beranggapan bahwa fasilitas dan akses transaksi dengan Bank Konvensional lebih mudah. mereka juga menggunakan rekening yang sama yakni Bank BRI Konvensional. Responden biasanya menggunakan rekening Bank Konvensional untuk menabung, bertransaksi via online dan menerima kiriman dari orang tua dan sanak saudara. Mereka belum berminat untuk beralih ke Bank Syariah dikarenakan prosedur pembuatan rekening Bank Syariah cenderung rumit dan fasilitas belum lengkap seperti Bank Konvensional. Berdasarkan informasi di atas dapat diketahui bahwa Maryana, Susi Sumanti, Noviana Hidayah, Endang Retno Asih, Eis Septia Ningrum, Fathun Nikmah dan Siti Nurdiani, memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh faktor eksternal pelayanan dimana responden memilih bertransaksi dengan Bank

Konvensional dengan mempertimbangkan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Konvensional yang cenderung baik.

Terdapat tiga mahasiswa yakni Dela Mulyasari, Annisa Kumalasari dan Siti Aisyah yang memiliki pendapat yang sama. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan Bank Konvensional lebih dominan digunakan oleh masyarakat sekitarnya. Sehingga mereka merasa aman dalam bertransaksi dengan Bank Konvensional dengan melihat kelompok yang dijadikan sebagai acuan tidak mengalami kendala ataupun musibah dalam menabung di Bank Konvensional. Mereka menggunakan rekening Bank BRI Konvensional. Mereka biasanya menggunakan rekening untuk menabung, bertransaksi via online, dan menerima kiriman dari orang tua dan sanak saudara. Mereka belum tertarik untuk bertransaksi dengan Bank Syariah dikarenakan Bank Syariah masih tergolong awam digunakan oleh masyarakat di daerah tempat tinggalnya. Berdasarkan keterangan di atas dapat diketahui bahwa responden Dela Mulyasari, Annisa Kumalasari dan Siti Aisyah memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan oleh faktor eksternal kelompok acuan, dimana mereka menjadikan masyarakat disekitarnya sebagai acuan dalam memilih jasa perbankan yang dapat dipercaya sehingga mereka tidak merasa ragu lagi dalam menitipkan ataupun menggunakan jasa keuangan di Bank Konvensional.

Terdapat tiga mahasiswa yakni Wita Dera Tiranti, Evi Nurvita Sari dan Ria Mulyana Krisma telah menggunakan rekening Bank Konvensional. Wita dan Ria menggunakan rekening Bank BRI Konvensional sedangkan Evi

Nurvitasari menggunakan rekening Bank Mandiri Konvensional. Wita Dera Tiranti, Evi Nurvita Sari dan Ria Mulyana Krisma memiliki pendapat yang sama. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan orang tua mereka juga menggunakan rekening Bank Konvensional. Wita Dera Tiranti, Evi Nurvita Sari dan Ria Mulyana Krisma biasa menggunakan rekening untuk menabung bertransaksi via online dan menerima kiriman dari orang tua. Mereka belum tertarik untuk bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan khawatir akan mempersulit orang tua apabila hendak mengirim uang. Berdasarkan keterangan di atas dapat diketahui bahwa Wita Dera Tiranti, Evi Nurvita Sari dan Ria Mulyana Krisma bertransaksi dengan Bank Konvensional atas dasar faktor eksternal keluarga, dimana mereka berpatokan pada orang tuanya sebagai anggota keluarga yang menjadi acuan primer dalam menentukan pilihan.

Pujy Rahayu dan Ulfi Lailatul Fitria memiliki pendapat yang sama dalam memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan Bank Konvensional lebih menguntungkan dan memiliki biaya admin yang murah. Pujy Rahayu dan Ulfi Lailatul fitria menggunakan jasa Bank BRI Konvensional. Mereka biasa menggunakan rekening ini untuk menabung dan bertransaksi via online. Mereka belum tertarik untuk bertransaksi dengan Bank Syariah dikarenakan belum tertarik dengan Bank Syariah. Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui bahwa Pujy dan Ulfi memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional atas dasar faktor psikologi persepsi dimana

mereka termotivasi dengan keuntungan yang diberikan oleh pihak Bank Konvensional sehingga mereka memutuskan untuk memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional.

Eva Wahyu Wulandari memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan Eva memiliki minat yang tinggi terhadap Bank Konvensional dan tidak berminat kepada Bank Syariah. Eva menggunakan rekening Bank BRI Konvensional. Eva biasa menggunakan rekening ini untuk menabung, bertransaksi via online dan menerima kiriman dari orang tua. Eva tidak berminat untuk beralih pada Bank Syariah dikarenakan sama sekali tidak berminat pada Bank Syariah. Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui bahwa Eva Memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh faktor eksternal kepribadian dan konsep diri. Dimana Eva memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional berdasarkan kepercayaan diri yang berasal dari kepribadiannya.

C. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 Memilih Bertransaksi dengan Bank Konvensional

Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 Memilih Bertransaksi dengan Bank Konvensional, maka peneliti mengadakan wawancara dengan mahasiswa sebanyak 25 mahasiswa. Adapun faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 memilih

bertransaksi dengan Bank Konvensional terdiri dari dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan faktor internal yang menjadi faktor mahasiswa dalam memilih bertransaksi dengan bank konvensional diantaranya adalah:

1. Kepribadian dan Konsep diri

Kepribadian dan konsep diri termasuk dalam faktor internal pribadi. Dalam faktor Kepribadian dan Konsep diri setiap konsumen memiliki karakteristik yang berbeda yang mempengaruhi pilihannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi. Dalam hal ini mahasiswa memilih jasa Bank Konvensional berdasarkan kepercayaan diri untuk menggunakan jasa Bank Konvensional.

2. Persepsi

Persepsi termasuk kedalam faktor internal psikologi. Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti. Dalam hal ini mahasiswa memilih, mengorganisasi dan atau menginterpretasikan masukan yang mereka dapatkan untuk dijadikan sebagai landasan dalam memilih jasa bank konvensional.

Sedangkan faktor eksternal yang peneliti dapatkan diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Faktor pelayanan

Faktor pelayanan termasuk dalam faktor eksternal sosial. Dalam memberikan pelayanan pegawai dengan nasabah diperlukan etika yang baik. Sehingga kedua belah pihak dapat saling menghargai.

Berkaitan dengan pelayanan, mahasiswa menemukan buruknya kualitas pelayanan dari bank syariah sehingga membuatnya jera dan enggan untuk bertransaksi dengan bank syariah lalu kemudian memilih bertransaksi dengan bank konvensional.

2. Faktor keluarga

Faktor keluarga termasuk dalam faktor eksternal social. Para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh dalam pembelian konsumen. Dalam hal ini mahasiswa memilih bertransaksi dengan bank konvensional dikarenakan salah satu anggota keluarga juga menggunakan bank konvensional.

3. Faktor lokasi

Faktor lokasi termasuk dalam faktor eksternal social. Lokasi merupakan sebuah tempat yang mana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau melayani konsumen. Berkaitan dengan lokasi, lokasi bank konvensional lebih udah dijangkau oleh mahasiswa sehingga mereka memilih bertransaksi dengan bank konvensional.

4. Kelompok acuan

Kelompok acuan termasuk dalam faktor eksternal social. Kelompok acuan merupakan suatu sikap atau perilaku seseorang kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap konsumen. Berkaitan dengan hal ini mahasiswa memilih bertransaksi dengan bank konvensional atas dasar bank konvensional lebih dominan digunakan oleh masyarakat disekitarnya seperti tetangga dan teman.

Sedangkan berkaitan dengan perilaku konsumen dapat diketahui bahwa narasumber, yakni mahasiswa S1 Perbankan syariah IAIN Metro memiliki sifat sebagai berikut

1. Konsumen pengambil keputusan

Sifat konsumen pengambil keputusan merupakan konsumen yang mengetahui apa yang diinginkan dan dibutukannya. Berkaitan dengan hal ini responden memiliki sifat konsumen pengambil keputusan atas dasar hal ini dikarenakan mahasiswa mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkannya sesuai dengan gaya hidup, dan opininya.

2. Konsumen sukar mengambil keputusan

Konsumen tipe ini sukar dalam menentukan keputusannya atas suatu produk yang akan dipilihnya. Sehingga ia memilih produk dengan menentukan kelompok acuan baik keluarga, teman dekat dan tetangga

3. Konsumen yang menyukai diskon

Konsumen tipe ini cenderung menginginkan keuntungan dalam memilih produk. berkaitan dengan hal ini mahasiswa memilih bertransaksi

dengan Bank Konvensional atas dasar tergiur dengan bunga bank yang ditawarkan oleh pihak bank. Meskipun mereka telah memahami bahwa bunga bank adalah haram.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa mahasiswa memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi dalam memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional sehingga dapat dituangkan dalam table berikut :

Nama	Faktor Internal	Faktor Eksternal	Sub Faktor	Tipe Konsumen
Maryana	-	Bank konvensional memiliki fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang baik.	Pelayanan	Pengambil keputusan
Noviana Hidayah		Akses dan fasilitas bank konvensional lebih mudah dan banyak ditemui.	Pelayanan	Pengambil keputusan
Susi Sumanti	-	Bertransaksi menggunakan Bank Konvensional lebih mudah. Pembuatan rekening bank syariah memakan waktu yang lama dan prosedur yang rumit.	Pelayanan	Pengambil keputusan
Marhamah	-	Belum ada bank syariah di daerah tempat tinggalnya.	Lokasi	Pengambil keputusan
Endang Retno Asih	-	Bertransaksi dengan Bank konvensional mudah	Pelayanan	Pengambil keputusan
Vivi Aprilia	-	Lokasi bank konvensional lebih dekat.	Lokasi	Pengambil keputusan
Eis Septia Ningrum		Transaksi di Bank konvensional lebih mudah.	Pelayanan	Pengambil keputusan
Fathun Nikmah		Transaksi di Bank konvensional lebih	Pelayanan	Pengambil keputusan

Nama	Faktor Internal	Faktor Eksternal	Sub Faktor	Tipe Konsumen
		mudah.		
Devita Sari		Tidak ada bank syariah di daerah tempat tinggalnya.	Lokasi	Pengambil keputusan
Siti Nurdiani		Transaksi keuangan bank konvensional lebih mudah dan juga lebih mudah dijangkau.	Pelayanan	Pengambil keputusan
Dela Mulyasari		Bank konvensional lebih dikenal masyarakat dan lebih mudah aksesnya.	Kelompok Acuan	Sukar mengambil keputusan
Muinatul Khoiriyah		Hanya ada bank konvensional di daerahnya.	Lokasi	Pengambil keputusan
Anggun Lutvia		Lokasi bank konvensional lebih dekat.	Lokasi	Pengambil keputusan
Wita Dera Tiranti		Orang tua menggunakan rekening bank konvensional.	Keluarga	Sukar mengambil keputusan
Evi Nurvitasari		Orang tua menggunakan rekening bank konvensional.	Keluarga	Sukar mengambil keputusan
Ike Nurjannah		Hanya ada bank konvensional di daerahnya.	Lokasi	Pengambil keputusan
Nur Mudmainah		Belum ada bank syariah di daerah tempat tinggalnya.	Lokasi	Pengambil keputusan
Eva Wahyu Wulandari	Tidak berminat untuk beralih ke bank syariah		Kepribadian dan Konsep Diri	Pengambil keputusan
Ulfa Yunita Sari		Karna didaerah tempat tinggalnya hanya ada bank konvensional	Lokasi	Pengambil keputusan
Diah Anggraini		Di daerahnya tidak terdapat bank syariah	Lokasi	Pengambil keputusan

Nama	Faktor Internal	Faktor Eksternal	Sub Faktor	Tipe Konsumen
Arus Pertiwi				
Ulfi lailatul fitria	Biaya admin bank konvensional lebih murah		Persepsi	Menyukai diskon
Anisa Kumala Sari		Karna sering bertransaksi dengan pengguna BRI konvensional	Kelompok Acuan	Sukar mengambil keputusan
Pujy Rahayu	Karna bank konvensional lebih menguntungkan		Persepsi	Menyukai diskon
Siti Aisiyah		Karena bank konvensional paling dominan digunakan oleh masyarakat	Kelompok Acuan	Sukar mengambil keputusan
Ria Mulyana Krisma		Karna untuk memudahkan orang tua mengirim uang	Keluarga	Sukar mengambil keputusan

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa sebanyak tujuh narasumber yakni Maryana, Noviana Hidayah, Susi Sumanti, Endang Retno Asih, Eis Septia Ningrum, Fathun Nikmah dan Siti Nurdiani memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh faktor eksternal sosial pelayanan. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dengan mempertimbangkan fasilitas bank Konvensional yang lengkap, pelayanan yang baik, proses transaksi yang tergolong cukup mudah bagi mereka dan kemudahan akses lainnya. Dengan demikian Maryana, Noviana Hidayah, Susi Sumanti, Endang Retno Asih, Eis Septia Ningrum, Fathun

Nikmah dan Siti Nurdiani tergolong kedalam tipe konsumen pengambil keputusan dimana mereka mengetahui apa yang mereka inginkan dan yang mereka butuhkan berdasarkan opini mereka masing-masing.

Sedangkan disisi lain terdapat Sembilan responden yakni Marhamah, Vivi Aprilia, Devita Sari, Muinatul Khoiriyah, Anggun Lutvia, Ike Nur Jannah, Nur Mudmainah, Ulfa Yunita Sari, dan Diah Anggraini Arus Pertiwi, mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh faktor eksternal sosial lokasi. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dikarenakan di daerah tempat tinggalnya hanya terdapat Bank Konvensional dan belum terdapat Bank Syariah. Berkaitan dengan hal tersebut Marhamah, Vivi Aprilia, Devita Sari, Muinatul Khoiriyah, Anggun Lutvia, Ike Nur Jannah, Nur Mudmainah, Ulfa Yunita Sari, dan Diah Anggraini Arus Pertiwi, termasuk kedalam jenis konsumen pengambil keputusan. Dimana mereka mengetahui apa yang mereka inginkan dan mereka butuhkan, dimana mereka membutuhkan akses perbankan dan yang mereka inginkan adalah akses perbankan yang lokasinya dekat dengan daerah tempat tinggalnya.

Sedangkan terdapat tiga responden, Wita Dera Tiranti, Evi Nurvita Sari, dan Ria Mulyana Krisma memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh faktor eksternal sosial keluarga. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dengan pertimbangan orang tuanya yang juga menggunakan rekening bank konvensional. Dengan demikian Wita Dera Tiranti, Evi Nurvita Sari, dan Ria Mulyana Krisma

termasuk dalam kategori konsumen sukar mengambil keputusan. Dimana mereka sukar dalam menentukan pilihan sehingga mereka mengikuti jejak orang tuanya yang menggunakan rekening Bank Konvensional.

Tiga responden, Della Mulyasari, Anisa Kumala Sari dan Siti Aisyah memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh faktor eksternal social kelompok acuan. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dengan melihat masyarakat disekitarnya yang sebagian besar menggunakan rekening Bank Konvensional untuk dijadikan sebagai kelompok acuan. Berkaitan dengan hal tersebut dapat diketahui bahwa Della Mulyasari, Anisa Kumala Sari dan Siti Aisyah merupakan tipe konsumen sukar mengambil keputusan, sehingga mereka memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional dengan menentukan kelompok acuan yakni masyarakat didaerah tempat tinggalnya yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan konvensional.

Sedangkan Ulfi Lailatul Fitria dan Puji Rahayu memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh faktor internal psikologi persepsi. Dimana mereka memilih bertransaksi dengan bank konvensional dikarenakan mereka telah mengorganisasi dan menginterpretasikan masukan yang mereka dapatkan bahwasanya menabung di Bank Konvensional lebih menguntungkan dan biaya adminnya lebih murah. Dengan demikian Ulfi Lailatul Fitria dan Puji Rahayu tergolong kedalam tipe konsumen yang menyukai diskon. Dimana mereka tergiur dengan bunga bank yang ditawarkan oleh bank dan murah biaya admin Bank Konvensional.

Sedangkan Eva Wahyu Wulandari memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh faktor internal pribadi kepribadian dan konsep diri. Dimana Eva memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional berdasarkan pada kepercayaan diri yang ada pada dirinya sendiri tanpa terpengaruh oleh hal lain. Dengan demikian Eva Wahyu Wulan dari termasuk kedalam tipe konsumen pengambil keputusan. Dimana Eva telah mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkannya sesuai dengan gaya hidup dan minatnya.

Berdasarkan analisis di atas dapat diketahui bahwa faktor yang paling dominan yang menjadi dasar mahasiswa dalam memilih jasa perbankan konvensional adalah faktor eksternal sosial lokasi yakni sebanyak Sembilan responden. Kemudian faktor eksternal pelayanan yakni sebanyak tujuh responden. Kemudian faktor eksternal keluarga sebanyak tiga responden dan faktor eksternal kelompok acuan juga sebanyak tiga responden. Kemudian faktor internal psikologi persepsi sebanyak dua responden. Dan yang terakhir faktor internal pribadi kepribadian dan konsep diri sebanyak satu responden.

IAIN Metro merupakan perguruan tinggi negeri yang telah mendirikan fakultas ekonomi dan bisnis Islam dimana dalam fakultas tersebut terdapat program studi S1 Perbankan Syariah. Namun Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro masih menggunakan rekening Bank Konvensional meskipun telah mempelajari Perbankan Syariah dan landasan-landasan hukumnya tetap saja tidak menggoyahkan mahasiswa S1 Perbankan Syariah angkatan 2015 untuk tetap menggunakan jasa Bank Konvensional.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah terdapat dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Dalam faktor eksternal yang menjadi faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah dalam memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional adalah faktor Sosial pelayanan, keluarga, lokasi, dan kelompok acuan.

Sedangkan dalam faktor internal yang menjadi faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah dalam memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional adalah faktor internal kepribadian dan konsep diri dan faktor internal persepsi.

Berdasarkan tipe perilaku konsumen, mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro terbagi menjadi tiga tipe yakni tipe konsumen pengambil keputusan, tipe konsumen sukar mengambil keputusan dan tipe konsumen yang menyukai diskon.

Meskipun telah dibekali dengan ilmu Perbankan Syariah, tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro angkata 2015 tetap memilih menggunakan jasa Perbankan Konvensional dengan berbagai faktor yang menjadi landasannya.

B. Saran

Hasi penelitian ini memberitahukan faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro angkatan 2015 dalam memilih bertransaksi dengan bank konvensional. Dengan diketahuinya faktor-faktor tersebut maka diharapkan kepada pihak-pihak terkait terutama bagi mahasiswa untuk dapat turut andil dalam proses perkembangan perbankan syariah di Indonesia dengan cara beralih ke rekening bank syariah. Hal ini dikarenakan dengan bertambahnya nasabah bank syariah maka perbankan syariah juga akan turut meningkatkan kualitasnya sehingga menjadi lebih baik lagi.

Bagi seluruh Perbankan Syariah di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan sistem serta kuantitas kantor cabangnya mengingat hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan syariah IAIN Metro memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional adalah faktor gaya hidup, persepsi, keyakinan Sosial pelayanan, keluarga, lokasi, dan kelompok acuan.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengukur seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut dalam menentukan pilihan konsumen dalam memilih jasa perbankan.


REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan KH. Hajar Dewantara Komplek 15 A Jongkrulyo Metro, Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp: (0725) 41507, Faksimil: (0725) 47296
 Website: www.iainmetro.ac.id, email: iainmetro@iainmetro.ac.id

Nomor: 2096/In.28.3/D.1/PP.00/9/09/2018
 Tanggal: 24 September 2018
 Lampiran: -
 Perihal: **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
 1. Liberty, S.E., M.A.
 2. Dharma Setyawan, M.A.
 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:

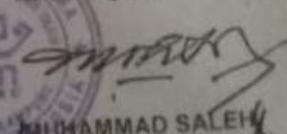
Nama	Retno Juwita Ningrum
NPM	1502100104
Fakultas	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul	Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Lebih Memilih Bertransaksi Dengan Bank Konvensional Dan Pada Bertransaksi Dengan Bank Syariah

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 mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akd & Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH



OUTLINE

FATOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA
SI PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO MEMILIH
BERTRANSAKSI DENGAN BANK KONVENSIONAL
(Study Kasus Mahasiswa S1 Perbankan Syariah
IAIN Metro Angkatan 2015)

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

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Bank
- B. Perilaku Konsumen
- C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

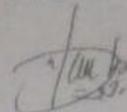
- A. Gambaran umum IAIN Metro
 - 1. Sejarah Singkat IAIN Metro
 - 2. Visi & Misi IAIN Metro
 - 3. Struktur Organisasi IAIN Metro
- B. Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 Memilih Bertransaksi Dengan Bank Konvensional.
- C. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 Memilih Bertransaksi Dengan Bank Konvensional.

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

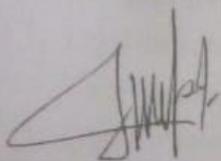
Metro, Juni 2019
Peneliti



Retno Juwita Ningrum
NPM. 1502100104

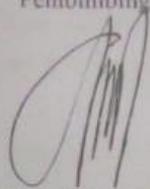
Mengetahui,

Pembimbing I,



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Pembimbing II



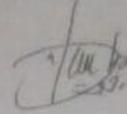
Dharma Setyawan, M.A
NIP. 19880529 201503 1 005

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA S1
PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO MEMILIH
BERTRANSAKSI DENGAN BANK KONVENSIONAL
(Study Kasus Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro
Angkatan 2015)

A. Wawancara

1. Apakah anda memiliki rekening Bank Konvensional ?
2. Rekening bank apakah yang anda miliki ?
3. Mengapa anda memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional ?
4. Bagaimana kemudahan yang anda dapatkan saat bertransaksi dengan Bank Konvensional ?
5. Apa saja manfaat Bank Konvensional dalam memenuhi kebutuhan transaksi anda ?
6. Mengapa anda tidak beralih pada Bank Syariah ?
7. Apakah faktor internal (persepsi, kepribadian, pembelajaran, motivasi dan sikap) yang mempengaruhi anda dalam memilih menabung di Bank Konvensional?
8. Apakah faktor eksternal (budaya, keluarga dan pelayanan) yang mempengaruhi anda dalam memilih menabung di Bank Konvensional?
9. Termasuk ke dalam tipe konsumen apa mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro?

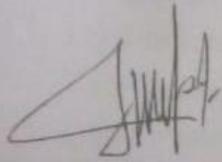
Metro, Juni 2019
Peneliti



Retno Juwita Ningrum
NPM. 1502100104

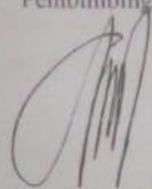
Mengetahui,

Pembimbing I,



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Pembimbing II



Dharma Setyawan, M.A
NIP. 19880529 201503 1 005

Unitas Document

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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 13 A Linggiharjo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507, Faksimil (0725) 47296, Website: www.iainmetro.ac.id, e-mail: faki.iain@metro.ac.id

SURAT TUGAS
 Nomor: 1913/In.28/D.1/TL.01/07/2019

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

Nama	: RETNO JUWITA NINGRUM
NPM	: 1502100104
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah

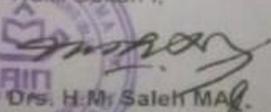
Untuk :

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 "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO MEMILIH BERTRANSAKSI DENGAN BANK KONVENSIONAL (STUDY KASUS MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO ANGGATAN 2015)".
2. Waktu yang dibenarkan 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 : 18 Juli 2019

Mengetahui,
 Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,

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



iainmetro.ac.id/v2/paper/akademik/akademik_daftar_research?file=2016/2019&ms_semester=genap&&npm=1502100104

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47286, Website: www.febi.metrouniv.ac.id, e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1914/In.28/D.1/TL.00/07/2019
 Inspirasi : -
 perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
 DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN
 BISNIS ISLAM IAIN METRO
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1913/In.28/D.1/TL.01/07/2019,
 tanggal 18 Juli 2019 atas nama saudara:

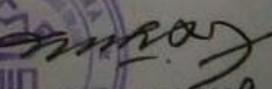
Nama	: RETNO JUWITA NINGRUM
NPM	: 1502100104
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah

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 "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO MEMILIH BERTRANSAKSI DENGAN BANK KONVENSIONAL (STUDY KASUS MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH IAIN METRO ANGKATAN 2015)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 18 Juli 2019
 Wakil Dekan I,


Drs. H.M. Saleh MA
 NIP. 19660111 199303 1 001



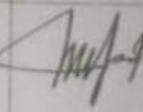
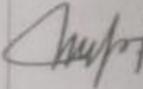
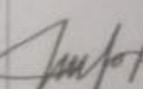
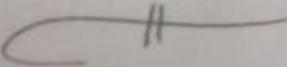
IAIN
METRO

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

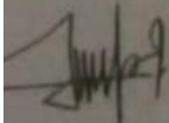
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Retno Juwita Ningrum
 NPM : 1502100104

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
5	Jumat 4/10-19		<p>Secara keseluruhan telah di perbaiki.</p> <p>Bab 4-5 Acc</p> <p>Siap di ujikan</p>	   

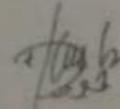
Dosen Pembimbing I



Liberty, SE, MA

P. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs.



Retno Juwita Ningrum

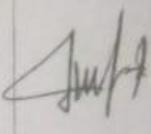
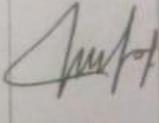
NPM. 1502100104


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringkayu Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp (0725) 41507, faksimil (0725) 47259, website: www.iaainmetro.ac.id, email: nyarah.ia@metroia.ac.id

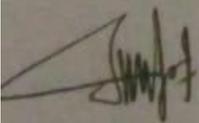
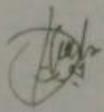
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Retno Juwita Ningrum**
 NPM : **1502100104**

Fakultas / Jurusan: **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
 Semester / TA : **IX / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
4			<p>Pada Kesimpulan harus menjawab pertanyaan pada bab sebelumnya.</p> <p>_____</p> <p>lengkapi lampiran² yg menunjang sesuai dgn judul yg di bahas</p> <p style="text-align: center;">u</p>	 

Dosen Pembimbing I Mahasiswa Ybs.

Liberty, SE, MA **Retno Juwita Ningrum**
 NIP. 19740824 200003 2 002 NPM. 1502100104



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

Jl. P. Hajar Dewantara Campus 13 A Jember Metro Telp. Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507, (0726) 41508, (0726) 41509, website: www.iaimetro.ac.id, Email: iain@iaimetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Retno Juwita Ningrum
 NPM : 1502100104

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / SI PBS
 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
3		✓	<p>faktor \geq mempengaruhi external & internal lebih di pertajam yg mana yg lebih dominan.</p> <p>Hasil wawancara telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan</p>	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA

NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs.

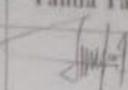
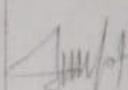
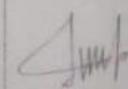
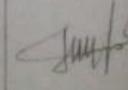
Retno Juwita Ningrum

NPM. 1502100104

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. KH. Hajar Dewantara Komplek IAIN Kingman Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47298 Website: www.metroiain.ac.id E-mail: iainmetro@metroiain.ac.id

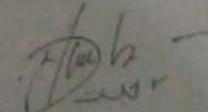
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama: Retno Juwita Ningrum
 NPM: 1502100104
 Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
 Semester/TA: IX / 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	20/9 2019	✓	Bimbingan bab 4-5. Sejarah tentang IAIN lebih di ringkas. telah pada sub intinya saja Visi dan misi IAIN Tidak usah di tampilkan karena kurang, tidak berkaitan langsung pada judul dan pembahasan perbaiki	   

Dosen Pembimbing I, Mahasiswa Ybs,


Liberty, SE, MA
 NIP. 19740824 200003 2 002

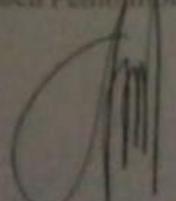
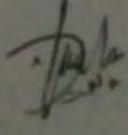

Retno Juwita Ningrum
 NPM. 1502100104


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. K.H. Projo Dewantara Kampus 15A Ringmulya Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax (0725) 47298 Website: www.metroiau.ac.id E-mail: uicynic@metroiau.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama: Retno Juwita Ningrum
 NPM: 1502100104
 Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
 Semester/TA: IX / 2019

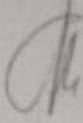
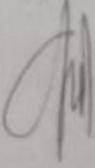
No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/2019 /09		acc Bab W-V Lanjut pembimbing I	

Dosen Pembimbing II, Mahasiswa Ybs,
 
Dharmas Setiawan, M.A **Retno Juwita Ningrum**
 NIP. 19880529 201503 1 005 NPM. 1502100104

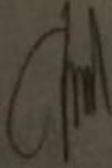
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Biringmulyo Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.iainmetro.ac.id E-mail: iainmetro@iainmetro.ac.id

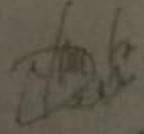
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

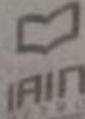
Nama NPM: Retno Juwita Ningrum 1502100104
 Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
 Semester/TA: IX / 2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	X/ 2019		Tambah analisis bab IV argumen yg & wawancara & analisis	
			Kritik dengan perilaku konsumen	

Dosen Pembimbing II, Mahasiswa Ybs,


Dharna Setyawan, M.A
 NIP. 19870529 201503 1 005


Retno Juwita Ningrum
 NPM 1502100104



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

Jl. Ki Hajar Dewantara/Kampung 15A/Kingmanya Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 41256 Website: www.metroiau.ac.id E-mail: uanmetro@metroiau.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Retno Juwita Ningrum
 NPM 1502100104

Fakultas/Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
 Semester/TA IX / 2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	12/2019 /09		hal 54 tambah lagi analisis hasil wawancara Penutup Kesimpulan Tambah Tunjukkan atau lampirkan bukti transkrip sample ke pihak wawancara	

Dosen Pembimbing II,

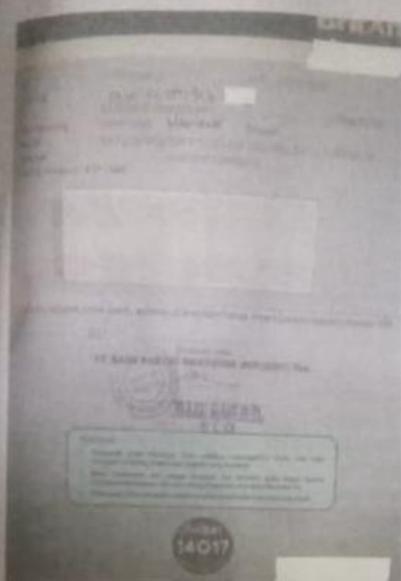
Dharma Setyawan, M.A
 NIP. 19880529 201503 1 005

Mahasiswa Ybs,

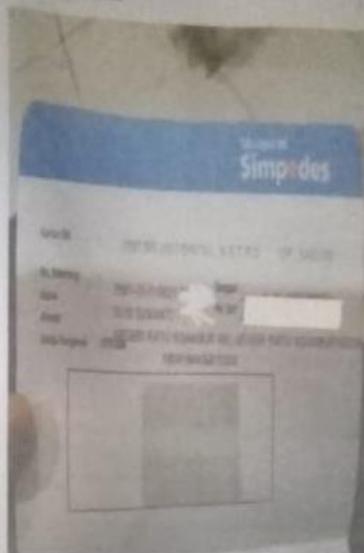
Retno Juwita Ningrum
 NPM. 1502100104

LAMPIRAN

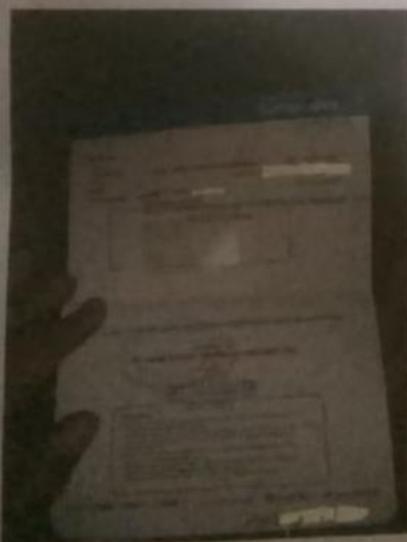
1. Maryana



3. Susi Sumanti



2. Noviana Hidayah



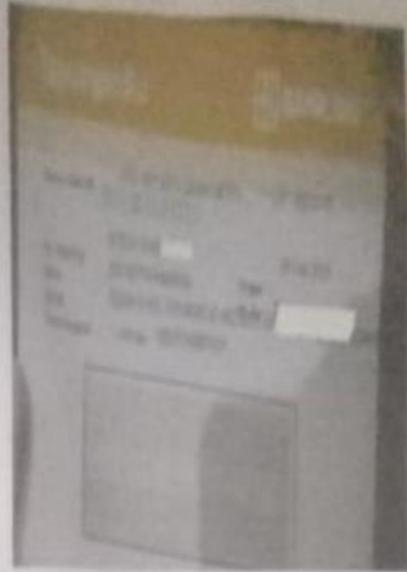
4. Marhamah



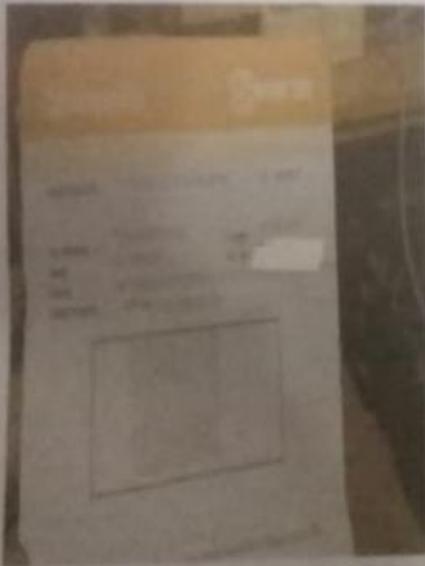
6. Endang Retno Asti



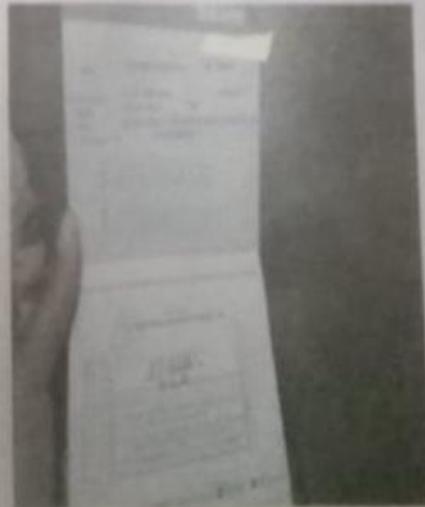
7. Ein Najwa Nengron



Vivi Aprilia



8. Fathun Nikmah



INSTITUT AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
T R O Telp (0725) 41507, Faks (0725) 47290, Website: digilib.metrouniv.ac.id, pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-821/In.28/S/OT.01/10/2019

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : RETNO JUWITA NINGRUM
NPM : 1502100104
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1502100104

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 09 Oktober 2019
Kepala Perpustakaan


Drs. Mokhammad Sudin, M.Pd.
NIP. 195808211981031001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Retno Juwita Ningrum, merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Suyadi dan Ibu Sutiah. Lahir pada 29 Desember 1996 di Kampung Ramayana. Dengan alamat rumah di Kabupaten Lampung Tengah, Kecamatan Seputih Raman tepatnya di Kampung Ramayana.

Penulis mengawali pendidikan di taman kanak-kanak LKMD Ramayan di kampung Ramayana pada tahun 2003. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Dasar di SDN 1 Ramayana di kampung Ramayana dan selesai di tahun 2009. Selanjutnya melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP N 1 Seputih Raman dan lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMA N 1 Seputih Raman dan lulus pada tahun 2015. Ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) yang sekarang beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) dan mengambil jurusan SI Perbankan Syariah melalui jalur SPAN-PTKIN.