

**ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
PENILAIAN PRODUK TABUNGAN PADA BANK  
MUAMALAT CABANG PALOPO  
(Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**HERNI YUPITA**

16 0402 0121

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

**ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
PENILAIAN PRODUK TABUNGAN PADA BANK  
MUAMALAT CABANG PALOPO  
(Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**Herni Yupita**  
16 0402 0121

**Pembimbing:**

**Ilham, S.Ag., MA.**

**Penguji :**

- 1. Henda Safri, SE., M.M.**
- 2. Akbar Sabani, S.El., M.E**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Herni Yupita  
NIM : 16 0402 0121  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 05 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



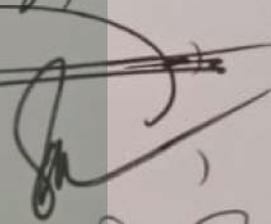
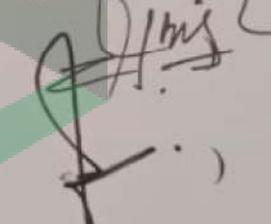
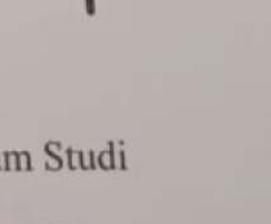
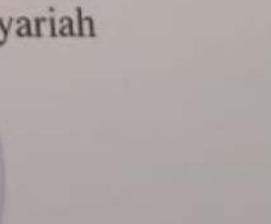
**Herni Yupita**  
NIM 16 0402 0121

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen terhadap Produk Tabungan Bank Muamalat Kota Palopo (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang Menggunakan Tabungan Bank Muamalat) Angkatan 2020 yang di tulis oleh HERNI YUPITA Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0121, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 01 Desember 2022 bertepatan dengan 7 Jumadil Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 7 Desember 2022

### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H                 | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Hendra Safri, S.E., M.M               | Penguji I         | (  ) |
| 4. Akbar Sabani, S.EI., M.E              | Penguji II        | (  ) |
| 5. Ilham, S.Ag., M.A                     | Pembimbing I      | (  ) |

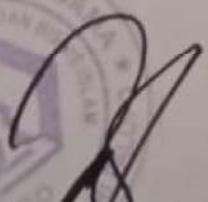
Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo

Ketua Program Studi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perbankan Syariah

  
Dr. Takdir, S.H., M.H  
NIP 19790724 200312 1 002

  
Hendra Safri, S.E., M.M.  
NIP 19861020 201503 1 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ  
وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Penilaian Produk Tabungan Pada Bank Muamalat Cabang Palopo (Studi Kasus Mahasiswa Iain Palopo)” setelah melalui proses yang panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Terimakasih kepada kedua orang tua tercinta ayahanda Umar dan ibunda Samsang yang telah melahirkan, membesarkan dan mendidik penulis dengan kasih sayang yang tak kenal lelah dan putus asa sehingga penulis dapat menuntut ilmu sampai saat ini, terimakasih untuk do'a yang tulus yang selalu ibunda dan ayahanda panjatkan kehadiran Allah SWT. Memohonkan keselamatan dan

kesuksesan bagi putrinya. Serta dukungan moral dan materi. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

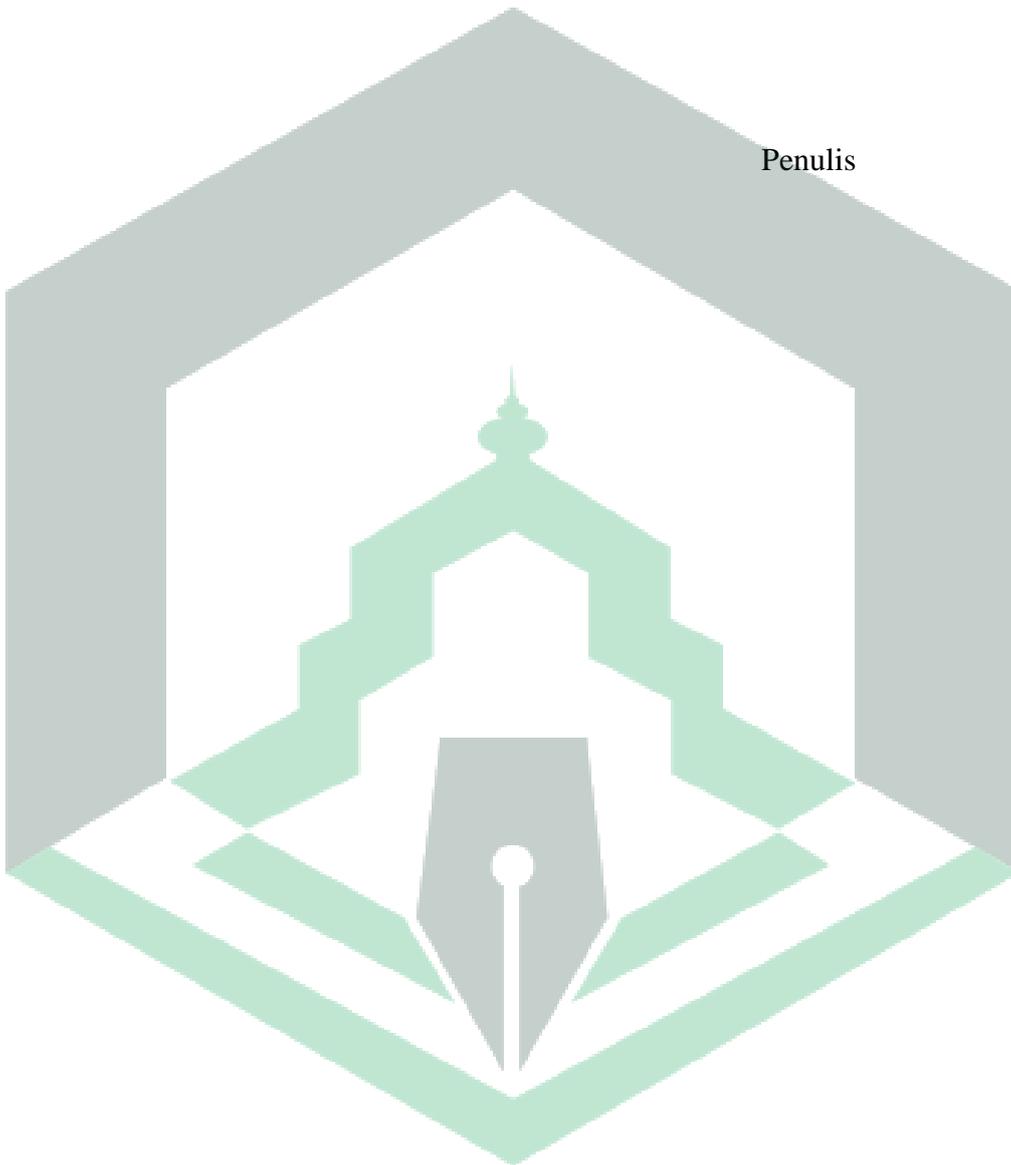
1. Rektor IAIN Palopo, Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menuntut ilmu pengetahuan.
2. Dr. Takdir, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.El., M.A. Wakil Dekan Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan, Tajuddin, SE., M. Si., Ak, CA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Ilham, S.Ag., M.A.
3. Hendra Safri, SE., M.M. dan Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Sekertaris Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta para dosen, asisten dosen dan staf yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan membantu, mengerahkan dalam penyelesaian skripsi.

4. Ilham, S.Ag., MA. Selaku pembimbing yang telah membeikan, masukan dan mengarahkan dalam rangka menyelesaikan skripsi.
5. Henda Safri, SE., M.M., selaku dosen penguji I dan Akbar Sabani, S.El. M.E, selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Penasehat Akademik, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada kepala Perpustakaan IAIN Palopo Mahedang, S.Ag., M.Pd. beserta staf yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Kepada para sahabat-sahabatku Jusaminawati, Ismawati Hasan, Maya ,Jumaria yulma yang selalu membantu, mengingatkan jika salah, mendukung dan memotivasi dalam suka duka, kebersamaan kita hingga di akhirat menjadi keluarga sederhanadengan ridho-Nya.
10. Kelurga besar Perbankan Syariah C angkatan 2016 terima kasih atas dukungan dan bantuan yang di berikan serta waktu yang kita lewati bersama, penulis berharap silaturahmi ini tetap terjaga, perbedaan karakter dan watak membuat persaudaraan kita menjadi lebih bermakna.
11. Seluruh kelurga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah dan kampus tercinta IAIN Palopo.ni.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah  
swt.Amin.

Palopo, 05 Januari 2022

Penulis



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	i
أ	<i>damamah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
أُو	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*  
 رَمَى : *ramā*  
 قِيلَ : *qīla*  
 يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. *Tā'marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā'marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā'marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍamma*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā'marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'marbūṭah* itu transliterasinya dengan *ha* (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭ-ḥāl*  
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*  
 الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

### 5. Syaddah (Tasydīd)

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: rabbanā
نَجَّيْنَا	: najjainā
الْحَقِّ	: al-ḥaqq
نُعَمَّ	: nu'ima
عُدُّوْ	: 'aduwwun

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahulukan oleh huruf *kasrah* (سِسِي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> ( <i>al-zalزالah</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادِ	: <i>al-bilādu</i>

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْعُ	: al-nau'
شَيْءٌ	: syai'un
أَمْرٌ	: umirtu

#### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia



*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihi al-Qur'ān*

Naṣr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlaḥah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi. Contoh

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naṣr Ḥamīd Abū)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan di bawah ini:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadits Riwaya

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Deskripsi Teori .....	12
1. Pengertian Sikap.....	12
2. Pengertian Perilaku .....	13
C. Kerangka Pikir .....	29
D. Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Definisi Operasional .....	31
D. Populasi dan Sampel.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Instrumen Penelitian .....	34
G. Teknik Analisis Data.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
B. Data Kuantitatif.....	48
C. Analisis Data.....	45

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>60</b>
A. Simpulan .....	60
B. Saran .....	61

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



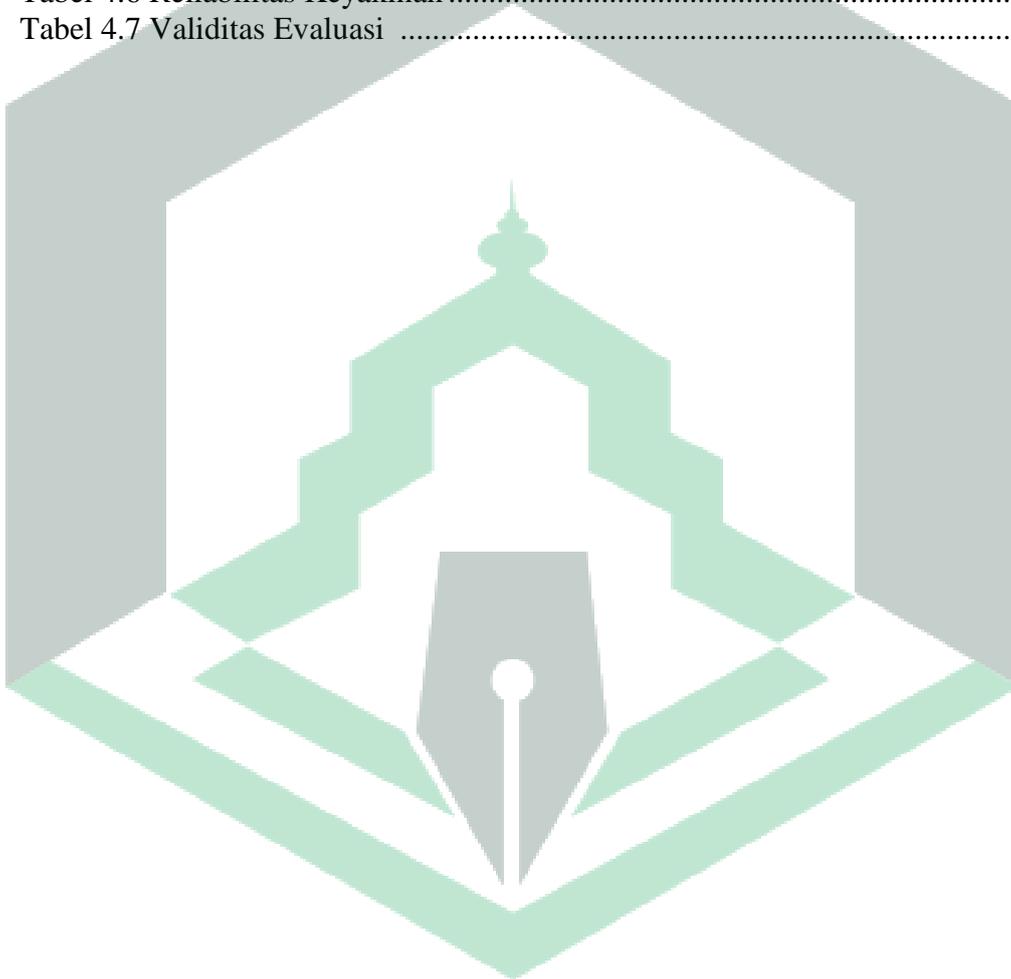
## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS Al-Ahzab ayat: 21 .....	23
---	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban .....	34
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen.....	35
Tabel 4.1 Distribusi Respon Menurut Usia.....	48
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.4 Reliabilitas Berdasarkan Nili Alpha .....	51
Tabel 4.5 Validitas Keyakinan .....	51
Tabel 4.6 Reliabilitas Keyakinan .....	52
Tabel 4.7 Validitas Evaluasi .....	53



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Usia .....	49
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin.....	50



## ABSTRAK

**Herni Yupita, 2022**, “Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Penilaian Produk Tabungan Pada Bank Muamalat Cabang Palopo ” Skripsi Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ilham

Skripsi ini membahas tentang Analisis sikap dan perilaku konsumen terhadap produk tabungan pada Bank Muamalat Cabang Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap produk tabungan yang ada pada bank muamalat Kota Palopo, untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap produk tabungan yang ada pada Bank Muamalat Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif .Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kusioner, dan dokumentasi kepada responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *fishbein*. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diperoleh jawaban atas permasalahan yang ada dan menarik kesimpulan ialah berdasarkan hasil analisis Fishbein, sikap kosumen dengan skor +6,29, termasuk dalam kategori baik atau dapat dikatakan konsumen menyukai produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo. Sedangkan faktor eksternal konsumen lebih dipengaruhi oleh teman perilaku konsumen bernilai +4,321 bernilai positif yang artinya konsumen mempunyai perilaku positif artinya konsumen (nasabah) akan dan tetap menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo

**Kata Kunci:** Sikap, Perilaku, *Fishbein*, Bank Muamalat, Tabungan.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan di Indonesia pada saat ini banyak diramaikan dengan kehadiran bank yang menerapkan prinsip syariah, baik dalam proses manajemen maupun operasionalnya. Bank tersebut hadir dengan berbagai konsep perbankan yang berbeda dengan perbankan konvensional. Bank ini dikenal khususnya oleh masyarakat Indonesia dengan bank syariah atau *Islamic Banking* pada lingkup internasional. Konsep syariah sendiri lebih mengarah pada bagaimana menerapkan asas-asas syariah Islam dalam praktek bermuamalah dimana perbankan syariah mampu mengakomodir bagi mereka yang menginginkan konsep transaksi yang non ribawi, bersifat spekulatif (*maysir*), ketidak pastian dalam bagi keuntungan atau kerugian (*gharar*), dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta kewajiban untuk menyalurkan dana investasi pada jenis usaha yang memenuhi kode etik syariah Islam.<sup>1</sup>

Perbankan syariah merupakan suatu Lembaga badan usaha yang bergerak dalam bidang bagian jasa yang mengarah pada aturan-aturan sesuai dengan syariah. Perbankan syariah di Indonesia termasuk dalam salah satu sistem perbankan yang baru. Akan tetapi, perbankan syariah telah mempunyai tujuan penting dalam mengatur seredaran dan divisi moneter di Indonesia. Secara umum Lembaga perbankan syariah selama 3 dekade terakhir telah membuktikan peran

---

<sup>1</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Ed. 3 jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2007) 35.

dan eksistensinya didalam dunia ilmu sejarah perbankan dunia dan juga dapat memperlihatkan pertumbuhan yang cukup tinggi ini diharapkan dapat meningkatkan tujuannya dan memperkuat konsistensi dalam perekonomian nasional.<sup>2</sup>

Bank syariah di Indonesia hadir dengan menawarkan berbagai alternatif dan variasi produk yang menjadi daya Tarik konsumen. Salah satu produk pada bank syariah adalah produk penghimpun dana yang mencakup tabungan, giro, dan deposito. Produk ini selanjutnya diklarifikasikan lagi berdasarkan akad antara nasabah dan pihak bank. Adapun akad yang dipakai dalam produk penghimpun dana adalah wadi'ah (non bagi hasil) dan mudharabah (bagi hasil). Dalam kuantitasnya dengan produk penghimpun dana ini nasabah berhak memilih produk mana yang ingin digunakan dari bank syariah dari segi penghimpunan dana.

Sebagai Lembaga intermediasi bank dituntut untuk bisa memberikan pemahaman kepada nasabahnya mengenai produk jasa yang ditawarkan. Bank syariah dalam melakukan penawaran jasa bagi nasabahnya sebaiknya melakukan analisis terlebih dahulu berdasarkan tingkat kebutuhan nasabah secara spesifik.<sup>3</sup> Dengan memperhatikan ketelitian tersebut diharapkan bank syariah mampu memberikan solusi yang tepat bagi para calon nasabahnya terhadap manfaat produk yang dibutuhkan bagi dirinya.

---

<sup>2</sup>Ayuk Wahdanfiari Adibah, "*Pengaruh Latar Belakang Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri*" ( IAIN Tulungagung, 2018), 1-3, <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/139/1/ SKRIPSI.pdf>.

<sup>3</sup>Sri Mulyani "*Analisis Prilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Solo*", skripsi UIN Surahkarta, 2019, <http://repo.uin-surahkarta.ac.id/139/1/ SKRIPSI.pdf>.

Agar suatu produk dapat memberikan kepuasan pelanggan dan mempertahankannya, maka pihak perusahaan harus mengetahui dan memahami sikap dan Perilaku konsumennya. Karena dengan dipahaminya sikap dan Perilaku konsumennya, perusahaan dapat memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumennya. Karena konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan, apa bila merasa puas maka konsumen akan Kembali membeli (menggunakan) produk sehingga bertahan pada perusahaan tersebut dan akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.<sup>4</sup>

Perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah, pelayanan bagi dunia perbankan adalah kunci yang membedakan suatu bank dengan pesaingnya, sehingga memegang peran penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Industri jasa perbankan ini sangat berkaitan erat dengan kepercayaan, layanan (*service*) dan hubungan yang dekat dengan nasabah. Suatu paradigma yang selama ini menganggap layanan merupakan tanggungjawab penuh dari karyawan yang berada di garda depan (*front liners*) sudah seharusnya di rubah. *Front liners* juga hanya bisa bekerja dengan performa terbaik dengan dukungan *back office* secara penuh. Pelayanan yang baik harus mampu memudahkan nasabah melewati keruwetan yang berbelit.<sup>5</sup>

Bank syariah juga perlu untuk melakukan analisis calon nasabahnya berdasarkan beberapa indikator karakteristik yang dimiliki. Berbagai indikator awal yang penting dianalisis sebelum mengambil suatu kesimpulan terhadap

---

<sup>4</sup>Apriati Wahyu Ningsih, “*analisis kinerja Bank Muamalat Menggunakan Malcolm Baldrige*”, Skripsi institut Agama Islam Negeri palopo 2021, [http://repository.iainpalopo.ac.id/eprint/3916/1/Skripsi\\_Apriati\\_Bundel.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/eprint/3916/1/Skripsi_Apriati_Bundel.pdf)

<sup>5</sup>Kasmir, *Customer Service Excellent Teori dan Praktek* (Jakarta.PT. Raja Grafindo Persada: 2017), 20.

pemenuhan kebutuhan akan produk tabungan adalah profesi, jenis kelamin, dan tingkat Pendidikan terakhir.<sup>6</sup> Profesi konsumen perlu diketahui mengingat bermacam-macam profesi yang mempunyai tingkat gaji yang berbeda-beda sesuai dengan kapabilitas konsumen, perbedaan jenis kelamin juga turut mempengaruhi pola Perilaku konsumen dalam mengambil suatu pilihan produk penghimpun dana pada bank syariah. Selain itu tingkat Pendidikan terakhir juga sangat berpengaruh terhadap pola pikir konsumen sebelum memilih produk mana yang akan digunakan.

Berhasilnya perbankan syariah, dapat menjadi salah satu contoh dalam keberhasilan penerapan syariah Islam dalam bermuamalah. Perkembangan bank syariah sebenarnya tidak hanya dipengaruhi oleh sentiment agama semata, akan tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor tidak hanya persepsi masyarakat dan tingkat keuntungan yang diberikan oleh bank, akan tetapi bagaimana bank (perusahaan) dapat memahami sikap dan Perilaku konsumennya dalam menggunakan produk-produk yang ada di perbankan syariah agar dapat mempertahankan pelanggannya.

Selain memperhatikan sikap dan Perilaku konsumennya. Bank syariah juga perlu memperhatikan karakteristik produknya. Karakteristik produk bank syariah meliputi pelayanan, bagi hasil, dan fasilitas.<sup>7</sup> Pelayanan bank syariah dituntut untuk beda dari bank konvensional dengan memperhatikan etika pelayanan yang sesuai dengan akhlakul karimah. Bagi hasil juga perlu dianalisis mengingat keyakinan masyarakat bahwa bank syariah mampu menjawab kebutuhan mereka

---

<sup>6</sup>Nugroho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen* (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2008),3.

<sup>7</sup>Ruslan Rosadi, *Management Public Relations* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006) 275.

akan transaksi ekonomi bebas bunga dan mengedepankan transparansi dan nilai-nilai keadilan dalam praktek operasionalnya. Demikian juga fasilitas yang dimiliki bank syariah harus mampu kreatif dan inovatif dalam memenuhi berbagai fasilitas yang dibutuhkan nasabah sehingga nasabah akan merasakan perbedaan positif yang diberikan bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat.

Bank Muamalat merupakan bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiulawal 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia. Bank Muamalat memulai kegiatan operasinya pada 27 syawal 1412 H atau 1 Mei 1992, yang didukung oleh cendekiawan Muslim dan pengusaha, serta masyarakat luas, jumlah cabang Bank Muamalat di Indonesia 83 kantor cabang dan 150 kantor cabang pembantu salah satunya dari cabang palopo.

Produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia terdiri dari produk tabungan iB Muamalat, tabungan iB Muamalat Rencana, tabungan iB Muamalat haji dan umroh, dan tabungan Muamalat *Mudharabah corporate* iB dimana produk tabungan yang ada di Bank Muamalat dapat membantu kebutuhan nasabah akan Lembaga keuangan syariah yang bebas dari riba. Untuk meningkatkan optimalisasi pelayanan pada nasabah produk tabungan maka perlu adanya analisis sikap dan Perilaku konsumennya dalam menggunakan produk tabungan yang ada pada Bank Muamalat. Dalam mengoptimalkan pelayanan pada bank muamalat maka perlu memperhatikan produknya terutama pada produk

tabungan yang ada pada Bank Muamalat. Oleh karena itu, produk merupakan titik tolak penilaian bagi konsumen tentang terpenuhinya atau tidaknya kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan dari suatu produk yang sebenarnya, maka dapat didefinisikan produk yang menyertai suatu produk. Dari sisi produk, maka yang membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional adalah-Islami yang melekat pada bank syariah.

Mengingat pentingnya sikap dan Perilaku konsumen (nasabah) terhadap produk tabungan maka penulis mengambil judul skripsi “**Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Pada Bank Muamalat Cabang Palopo**”

#### **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dari latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan, sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap produk tabungan yang ada pada Bank Muamalat Kota Palopo?
2. Bagaimana Perilaku konsumen terhadap produk tabungan yang ada pada Bank Muamalat Kota Palopo?

#### **C. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap produk tabungan pada Bank Muamalat Kota Palopo.
2. Untuk mengetahui bagaimana Perilaku konsumen terhadap produk tabungan yang ada pada Bank Muamalat Kota Palopo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penulisan yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan ekuitas merek, promosi, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembiayaan murabahah di bank syariah Indonesia serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

b. Manfaat Praktisi

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

- 1) Dapat menambah dan memberikan pemahaman kepada penulis mengenai penilaian produk tabungan di Bank Muamalat Kota Palopo
- 2) Memberikan pengetahuan atau sebagai bahan pembelajaran kepada penulis tentang sikap dan perilaku konsumen dalam penilaian produk tabungan pada Bank Muamalat Kota Palopo

b. Bagi Bank Muamalat Kota Palopo

- 1) Dapat dijadikan referensi untuk meninjau apa yang menjadi keputusan masyarakat dalam penilaian produk tabungan Bank Muamalat cabang palopo

2) Dapat mempererat silaturahmi dan kerjasama yang baik antara mahasiswa, institute dan Bank Muamalat

c. Bagi aktivitas akademik

Sebagai bahan pustaka yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan akademis, baik pengajar maupun mahasiswa dalam upaya memberikan informasi serta pengetahuan dan sebagai kajian pembelajaran mengenai Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen terhadap Produk Tabungan pada Bank Muamalat cabang Palopo

d. Bagi masyarakat

- 1) Memberikan pengetahuan dan informasi mengenai produk tabungan yang ada di Bank Muamalat cabang Palopo
- 2) Dapat memberikan kepercayaan masyarakat mengenai perbankan syariah yang berbasis nilai-nilai islam
- 3) Dengan adanya penelitian ini masyarakat mampu menilai kualitas yang ada di bank syariah dan dapat memilih menjadi nasabah bank syariah khususnya di Bank Muamalat cabang Palopo

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Adapun penelitian terdahulu yang relevan yang digunakan penulis sebagai sumber untuk mendukung penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu sebagai landasan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sri Mulyani dengan judul “ Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada BRI Syariah Cabang Solo)”. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Hubungan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan BRI Syariah Cabang Solo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penulisan skripsi ini adalah metode pengambilan sampel probabilitas / acak (random sampling), yaitu suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel dengan memberikan pertanyaan kepada 60 orang nasabah yang dianggap mewakili. Hasil penelitian adalah bagi hasil merupakan karakteristik produk perbankan syariah yang berpengaruh dominan terhadap ketertarikan dan sikap konsumen untuk menabung di bank syariah dan terdapat keterkaitan antara karakteristik konsumen yang terdiri dari jenis kelamin, profesi, dan pendidikan dengan karakteristik produk jasa perbankan syariah di BRI Syariah cabang solo. Hasil penelitian dapat diketahui dari hasil analisis *Chi-Square* yang memperoleh nilai yang diterima pada taraf

signifikansi 5%.<sup>43</sup> Perbedaan dengan peneliti sekarang adalah penelitian yang dilakukan oleh Sri Mulyani dimaksudkan untuk mengetahui. Hubungan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan BRI Syariah Cabang Solo, dengan metode penelitian kuantitatif. Peneliti yang sekarang menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan Teknik lapangan dengan melakukan wawancara langsung untuk mengetahui baik atau tidaknya nilai sikap dan Perilaku tersebut. Persamaan dengan penelitian sekarang adalah variabel yang diteliti yaitu Perilaku konsumen dan produk tabungan sebagai produk bank yang akan diteliti. Mengukur sikap konsumen dalam mengetahui hasil akhir dari Perilaku konsumen terhadap produk tabungan.<sup>8</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Irwani Purba dengan judul penelitian “Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Pematang Siantar”. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi software SPSS 17.00. dalam menganalisis data, dipergunakan kerangka analisis statistik deskriptif. Dalam analisis ini untuk menentukan data responden berdasarkan umur, jenis kelamin, jenjang pendidikan, jenis tabungan, produk tabungan, promosi bank, lokasi bank, lama menjadi nasabah bank, pendapatan perbulan, dan banyaknya rekening tabungan. Hasil penelitian adalah faktor produk yang merupakan pendorong keputusan untuk menabung di bank. Bank juga sebagai faktor pendorong konsumen dalam memilih produk tabungan. Perbedaan dengan peneliti sekarang adalah penelitian yang

---

<sup>8</sup>Sri Mulyani, judul “ *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada BRI Syariah Cabang Solo)*”, Jurnal ekonomi dan Perbankan, Tahun 2018.

dilakukan oleh Irwani Purba Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi software SPSS 17.00, dalam menganalisis data, dipergunakan kerangka analisis statistik deskriptif. Dalam analisis ini untuk menentukan data responden berdasarkan umur, jenis kelamin, jenjang pendidikan, jenis tabungan, produk tabungan, promosi bank, lokasi bank, lama menjadi nasabah bank, pendapatan perbulan, dan banyaknya rekening tabungan. Peneliti sekarang menggunakan analisis model analisis Fishbein, mengukur baik atau tidaknya nilai sikap dan Perilaku konsumen melalui yang dimiliki produk tabungan. Persamaan dengan penelitian sekarang adalah variabel penelitian yaitu Perilaku konsumen dalam menganalisis Perilaku konsumen dalam memilih produk tabungan.<sup>9</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sigiyanto dengan judul penelitian “Analisis Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi Ekspektasi Nasabah Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Jakarta Selatan”. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui tingkat pemahaman nasabah terhadap produk tabungan melalui beberapa peubah yang mempengaruhi Perilaku konsumen yang mempengaruhi ekspektasi nasabah dalam menanamkan dananya. Analisis data menggunakan analisis statistic regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi cabang berpengaruh dominan lokasi cabang dan pendapatan memberikan kontribusi sangat nyata terhadap persepsi konsumen dalam memutuskan pilihannya sesuai ekspektasi penempatan dananya. Perbedaan dengan peniliti sekarang adalah Penelitian yang dilakukan oleh Sigiyanto Penelitian ini ditujukan

---

<sup>9</sup>Irwani Purba judul “*Analisis Prilaku Konsumen dalam Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah di Kota Pematang Siantar*”, Jurnal Ekonomi Pematang Siantar, Tahun 2016.

untuk mengetahui tingkat pemahaman nasabah terhadap produk tabungan melalui beberapa peubah yang mempengaruhi Perilaku konsumen yang mempengaruhi ekspektasi nasabah dalam menanamkan dananya.<sup>10</sup>

## B. Deskripsi Teori

### 1. Pengertian Sikap

Sikap terhadap merek tertentu sering mempengaruhi apakah konsumen akan membeli atau tidak. Sikap positif terhadap merek tertentu akan memungkinkan konsumen melakukan pembelian terhadap merek itu, sebaliknya sikap negatif akan menghalangi konsumen dalam melakukan pembelian.<sup>11</sup>

Schifman dan Kanuk menyatakan bahwa Sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa merek, layanan, pengecer, Perilaku tertentu, dan lain-lain.<sup>12</sup>

Menurut Husein Umar mendefinisikan sikap : “ sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap sesuatu objek atau gagasan.” Selanjutnya Fishbein dikutip oleh swasta, seperti halnya

---

<sup>10</sup>Sigiyanto Judul, “Analisis Prilaku Konsumen yang Mempengaruhi Ekspektasi Nasabah Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Jakarta Selatan”, Jurnal Ekonomi Islam Jakarta , T 2017.

<sup>11</sup>Leon G. Schiffman, *PrilakuKonsumen* (Ed: VII, Jakarta: PT Indeks, 2008), h 5.

<sup>12</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Prilaku Konsumen*,( Jakarta : Gramedia, 2002), h 152

Thurstone, menyatakan bahwa lebih berguna untuk melihat sikap sebagai suatu konsep satu dimensi sederhana.<sup>13</sup>

Menurut Husein, dimensi sikap dan Perilaku konsumen yaitu :

a) Dimensi Analisis Sikap sebagai berikut :

- 1) Keyakinan Kepercayaan konsumen pada suatu .
- 2) Evaluasi Seberapa penting tertentu dimata konsumen.

b) Dimensi Perilaku Konsumen sebagai berikut

- 1) Keyakinan Normatif Keyakinan terhadap yang ditawarkan dalam mempengaruhi Perilaku konsumen.
- 2) Motivasi Dorongan dari dalam individu yang menyebabkan ia bertindak.

Adapun indikator sikap sebagai berikut

- 1) Seseorang melakukan sesuatu hal yang baik dengan senang hati.
- 2) Seseorang menyukai hal-hal yang baik.
- 3) Seseorang selalu melaksanakan norma-norma yang berlaku.
- 4) Seseorang menyetujui hal-hal yang baik.

## 2. Pengertian Perilaku

Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari Perilaku yang Nampak sampai yang tidak nampak, dari yang dirasakan sampai paling yang tidak dirasakan.

---

<sup>13</sup>Husein Umar, *Riset Pemasaran dan perilaku konsumen*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005). h 43.

Menurut Notoatmojo Perilaku merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan Tindakan. Perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Menurut wawan Perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak disadari.<sup>14</sup>

Menurut Damayanti dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini maka Perilaku dibedakan menjadi dua, yaitu:

- 1) Perilaku tertutup (*convert behavior*) yakni respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*convert*). Respon terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.
- 2) Perilaku terbuka (*overt behavior*) yakni respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

Menurut Benyamin Bloom dalam Adventus, seorang ahli psikologi pendidikan membagi Perilaku manusia itu kedalam tiga kategori, sesuai dengan tujuan pendidikan. Perilaku terbagi dalam tiga kategori yaitu :

---

<sup>14</sup>Suparto, "Prilaku dan Kepuasan Pelanggan Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya Menggunakan Analisis Regresi Logistik" Jurnal Keuangan dan Perbankan, <http://media.neliti.com/media/publications/77306-pengaruh-kualitas-pelayanan- prod.pdf>

### 1) Pengetahuan (*knowledge*)

Pengetahuan merupakan hasil tahu, dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni : indera pengelihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Pengetahuan yang dicakup di dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan, yakni :

- a) Tahu (*know*), tahu artinya sebagai mengingat sesuatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk dalam pengetahuan ini adalah mengingat kembali (*recall*) terhadap sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh sebab itu “tahu” merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah.
- b) Memahami (*comprehension*), memahami diartikan sebagai suatu kemampuan menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasi materi tersebut secara benar.
- c) Aplikasi (*application*), aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya.
- d) Analisis (*analysis*), suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen, tetapi masih didalam suatu struktur organisasi tersebut, dan masih ada kaitannya satu sama lain.
- e) Sintesis (*syhthesis*), sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian didalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

f) Evaluasi (*evaluation*), evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek.

## 2) Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Dalam kehidupan sehari-hari, sikap merupakan reaksi yang bersifat emosional terhadap stimulus sosial. Sikap merupakan kesiapan atau kesediaan untuk bertindak, dan bukan merupakan pelaksanaan motif tertentu.

Sikap mempunyai empat komponen pokok, yakni :

- a) Menerima (*receiving*), menerima diartikan bahwa orang (subjek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek). Misalnya sikap orang terhadap gizi, dapat dilihat dari kesediaan dan perhatian seseorang terhadap ceramah-ceramah.
- b) Merespon (*responding*), memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan, dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap. Suatu usaha untuk menjawab suatu pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan berarti orang dapat menerima ide tersebut.
- c) Menghargai (*valuing*), mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkatan yang ketiga. Misalnya: seorang ibu yang mengajak ibu yang lain untuk pergi menimbang anaknya ke Posyandu.
- d) Bertanggung jawab (*responsible*), bertanggung jawab atas segala sesuatu yang dipilihnya dengan segala risiko merupakan sikap yang paling tinggi.
- e) Praktek atau tindakan (*practice*) terdiri dari berbagai tingkatan, yaitu :

f) Persepsi (*perception*), mengenal dan memilih berbagai objek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil merupakan tindakan tingkat pertama.

g) Respon terpimpin (*guided respons*), dapat melakukan sesuatu sesuai dengan urutan yang benar sesuai dengan contoh merupakan indicator tindakan tingkat kedua.

h) Mekanisme (*mechanism*), apabila seseorang telah dapat melakukan sesuatu dengan benar secara otomatis, atau sesuatu itu sudah merupakan kebiasaan maka ia sudah mencapai tindakan tingkat ketiga.

i) Adaptasi (*adaptation*), adaptasi adalah suatu praktek atau tindakan yang sudah berkembang dengan baik

#### a. Jenis-jenis Perilaku

Jenis-jenis Perilaku individu yaitu:

- 1) Perilaku sadar, Perilaku yang memulai kerja otak dan pusat susunan saraf
- 2) Perilaku tak sadar atau Perilaku yang spontan
- 3) Perilaku yang tampak dan tidak tampak
- 4) Perilaku sederhana dan kompleks
- 5) Perilaku kognitif, afektif, konatif, dan psikomotor.

#### b. Bentuk-bentuk Perilaku

Dilihat dari bentuk respons terhadap stimulus, maka Perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

- 1) Bentuk pasif/Perilaku tertutup (*covert behavior*)

Respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respons atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian,

persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada seseorang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

## 2) Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk Tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat orang lain.

### c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku

#### 1) Konsumen

Dalam ilmu ekonomi yang dimaksud dengan konsumen seseorang atau kelompok yang melakukan serangkaian kegiatan konsumsi barang dan jasa. Pengertian lain tentang konsumen adalah orang atau sesuatu yang membutuhkan, menggunakan, dan memanfaatkan barang dan jasa. Konsumen biasa memiliki kebiasaan dan tingkah laku yang berbeda-beda, maka konsumsi seseorang itu tergantung pada pendapatan, Pendidikan, kebiasaan dan kebutuhan.<sup>15</sup>

Pengertian konsumen menurut Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang hukum perlindungan konsumen (UUKP) yakni, konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>16</sup>

#### 1) Jenis-jenis Konsumen

<sup>15</sup>Abdul Mintholip, “*Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam*”. Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan, 2018, 1-2.

<sup>16</sup>Munawaroh, “*Analisis Prilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Pembiayaan*”, (UIN Raden Intan Lampung 2017), 33. <http://repository.ac.id/dspace/bitstream/12356/43920/1/MUNAWAROH-FTIK.pdf>

Setiap manusia pasti berberda, begitu pula dengan konsumen. Agar dapat memahami konsumen maka harus mengerti jenis-jenis konsumen itu sendiri. Jenis-jenis konsumen sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a) Pelanggan atau konsumen menurut UU Konsumen adalah setiap orang atau pemakai barang atau jasa yang tersedia di masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
- b) Konsumen *trend setter*, tipikal konsumen ini selalu suka akan sesuatu yang baru, dan dia mendedikasikan dirinya untuk menjadi bagian dari gelombang pertama yang memiliki atau memanfaatkan teknologi baru.
- c) Konsumen yang mudah dipengaruhi, terutama oleh konsumen *trend setter*, sehingga disebut sebagai *follower* atau pengikut. Kelompok ini sangat signifikan, karena membentuk persentase terbesar. Konsumen adalah orang-orang yang terimbas efek dari konsumen *trend setter*.
- d) Konsumen *value seker*, adalah mereka yang memiliki pertimbangan dan pendirian sendiri. Kelompok ini jumlahnya lebih besar dari kelompok pertama, sehingga patut pula diberi perhatian khusus, jenis konsumen ini relative sulit untuk dipengaruhi, karena mereka lebih mendasarkan kebutuhan mereka terhadap alasan-alasan yang rasional.
- e) Konsumen pemula, jenis konsumen pemula ciri-cirinya adalah pelanggan yang datang banyak bertanya. Dan konsumen pemula merupakan calon pelanggan dimasa yang akan datang.

---

<sup>17</sup>Irawan Wijaya, Pemasaran Prinsip dan Kasus, (CET: I Joyakarta, BPFE 1996), 17-19.

f) Konsumen yang royal pada harga. Tipikal konsumen pada umumnya, loyalitasnya pada harga bukan penjual.

## 2) Prinsip Dasar Konsumen

Menurut Islam, karunia-karunia Allah itu semua milik manusia dan suasana yang menyebabkan sebagian diantara karunia-karunia itu berada ditangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan karunia-karunia itu untuk mereka sendiri, sedangkan orang lain tidak memiliki bagiannya sehingga banyak diantara karunia yang diberikan Allah kepada ummat manusia itu masih berhak mereka miliki walaupun mereka tidak memperolehnya. Dalam Al- Qur'an Allah SWT mengutuk dan membatalkan argument yang dikemukakan oleh orang kaya yang kikir karena ketidaksediaan mereka memberikan sebagian rezeki yang diberikan oleh Allah.

Dalam analisis konsumen konvensional dijelaskan bahwa Perilaku konsumen seseorang adalah dalam upaya untuk memenuhi kebutuhannya sehingga tercapai kepuasan yang optimal. Sedangkan dalam analisis konsumen islam, Perilaku konsumen seorang muslim tidak hanya memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam Perilaku konsumen seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam.

Dalam Perilaku konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip moral konsumsi yaitu keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. Bahwa dalam setiap pandangan Islam Perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani. Dalam artian bahwa Perilaku konsumsi bagi seorang muslim sekaligus

merupakan bagian dari ibadah sehingga Perilaku konsumsinya hendaklah selalu mengikuti aturan Islam yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an maupun Hadist.<sup>18</sup>

### 3) Perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah Perilaku yang diperlihatkan seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dan memuaskan kebutuhan mereka. Dapat diartikan Perilaku konsumen merupakan suatu Perilaku yang menunjukkan sejauhmana dalam menggunakan suatu produk dan jasa sehingga dapat menilai produk satu dengan produk yang lain.

Sedangkan menurut Sciffman dan Kanuk, dalam bukunya yang berjudul *Cunsumen Behavior*, menyatakan bahwa Perilaku konsumen merujuk pada Perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Dalam sumber lain disebutkan, bahwa Perilaku konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi, untuk memaksimalkan kepuasannya. Adapun pengertian Perilaku konsumen, yaitu tingkah laku dari konsumen dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk atau jasa mereka. Fokus dari Perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa.

---

<sup>18</sup>Sarwono, "Analisis Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Jurnal Inovasi pertanian, 2017, 41.

dari pengertian Perilaku konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa Perilaku konsumen adalah disiplin ilmu yang mempelajari Perilaku individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk meyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen, serta dapat merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut, dan berakhir dengan Tindakan-tindakan pasca pembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.

Rasionalnya konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kualitas barang atau jasa yang digunakan serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian kepuasan dan Perilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:

- a) Nilai guna (utility) barang dan jasa yang digunakan. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- b) Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari income konsumen dan ketersediaan barang dan jasa yang ada.
- c) Kecendrungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama dan adat istiadat.

#### 4) Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam (ilmu ekonomi Islam), Perilaku seorang konsumen harus dapat mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Artinya segala

Tindakan dan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya haruslah sesuai dengan perintah Allah, dan tidak melanggar segala larangannya. Ibnu Khaldun menyatakan bahwa Perilaku konsumen yang telah terintegrasi dengan syariat akan memiliki pandangan yang seimbang antara pemenuhan kebutuhan untuk hidup di dunia dan akhiratnya. Keseimbangan tersebut bertujuan untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia (*falah*) dan juga kebahagiaan di akhirat (*mardhatillah*).

Perilaku konsumen menurut perspektif ekonomi Islam akan sangat dipengaruhi oleh tingkat keimanan masing-masing orang. Keimanan akan memberikan cara pandang yang berbeda kepada seseorang, yang akan dipengaruhi pula terhadap kepribadian, Perilaku, gaya hidup, selera, dan juga sikap mereka. Dan sesuai dalam ajaran agama Islam dianjurkan untuk berperilaku yang benar seperti ajaran Nabi Muhammad sebagai tauladan seluruh umat muslim di dunia, seperti yang tercantum dalam QS. Al-Ahzab ayat: 21

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ  
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Terjemahannya: “Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah”.

Dari ayat tersebut dapat kita ambil makna yang tersirat, bahwasannya setiap makhluk hidup memiliki aktivitasnya masing-masing, dan setiap aktivitas tersebut akan dicatat dalam kitab amal perbuatan dan sebaik-baiknya contoh/suri teladan yang baik ada pada diri Rasulullah. Dari mulai yang terkecil hingga yang

terbesar akan dicatat secara rinci dan detail dapat dilihat dari kehidupan Rasulullah. Untuk itu perlu adanya perencanaan dalam melakukan suatu aktivitas, karena manusia berbeda dengan makhluk hidup lainnya, manusia memiliki aktivitas yang dinamis, berbeda dengan tumbuhan dan hewan. Manusia dibekali oleh akal pikiran, hal ini merupakan faktor yang membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya di alam dunia, dan Allah senantiasa mengikatkan bahwa hari Kiamat itu adalah kepastian.

#### 5) Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli. Sebagian dari faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

Berikut ini akan dibahas pengaruh dari tiap faktor terhadap Perilaku konsumen

##### a) Faktor kebudayaan

1) Kebudayaan, merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan Perilaku seseorang. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan Perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan Lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

2) Budaya, merupakan karakteristik yang paling fundamental dari keinginan dan Perilaku seseorang. Budaya mengacu pada gagasan, simbol-simbol yang memiliki makna untuk berkomunikasi, nilai, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat.

3) Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu kelompok kebangsaan, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan are geografis.

4) Kelas social adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara herarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan Perilaku yang serupa.

#### b) Faktor sosial

1) Kelompok referensi. Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau Perilaku seseorang diantaranya:

a) Kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat.

b) Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

c) Kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau Perilakunya tidak disukai oleh individu.

1) Keluarga. Dapat dibedakan menjadi dua keluarga dalam kehidupan pembeli sebagai berikut:

a) Keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.\

b) Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen paling dalam suatu masyarakat telah diteliti secara insentif.

c) Peran dan status. Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status.

## 2) Faktor pribadi

a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c) Keadaan ekonomi. Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk presentase yang dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

d) Gaya hidup. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

e) Kepribadian konsep diri, maksudnya adalah karakteristik psikologi yang berbeda dan setiap orang yang memandang responya terhadap lingkungan yang relative konsisten.

### 3) Faktor psikologi

a) Motivasi. Beberapa kebutuhan bersifat biogenic, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah, dan tidak nyaman.

Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

b) Persepsi. Didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Faktor-faktor persepsi yaitu perhatian, gangguan, dan mengingat Kembali yang selektif, berarti bahwa pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima.

c) Proses belajar, menjelaskan perubahan dalam Perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d) Kepercayaan dan sikap adalah gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

### 4) Produk

Produk adalah faktor yang melekat pada suatu benda. Oleh karena itu, produk merupakan titik tolak penilaian bagi konsumen tentang terpenuhinya atau tidak kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan dari suatu produk yang sebenarnya, maka dapat didefinisikan yaitu produk yang melekat pada suatu

produk. Dari sisi produk, maka yang membedakan antara bank syariah dan bank konvensional adalah (nilai-nilai) Islami yang melekat pada bank syariah.<sup>19</sup>

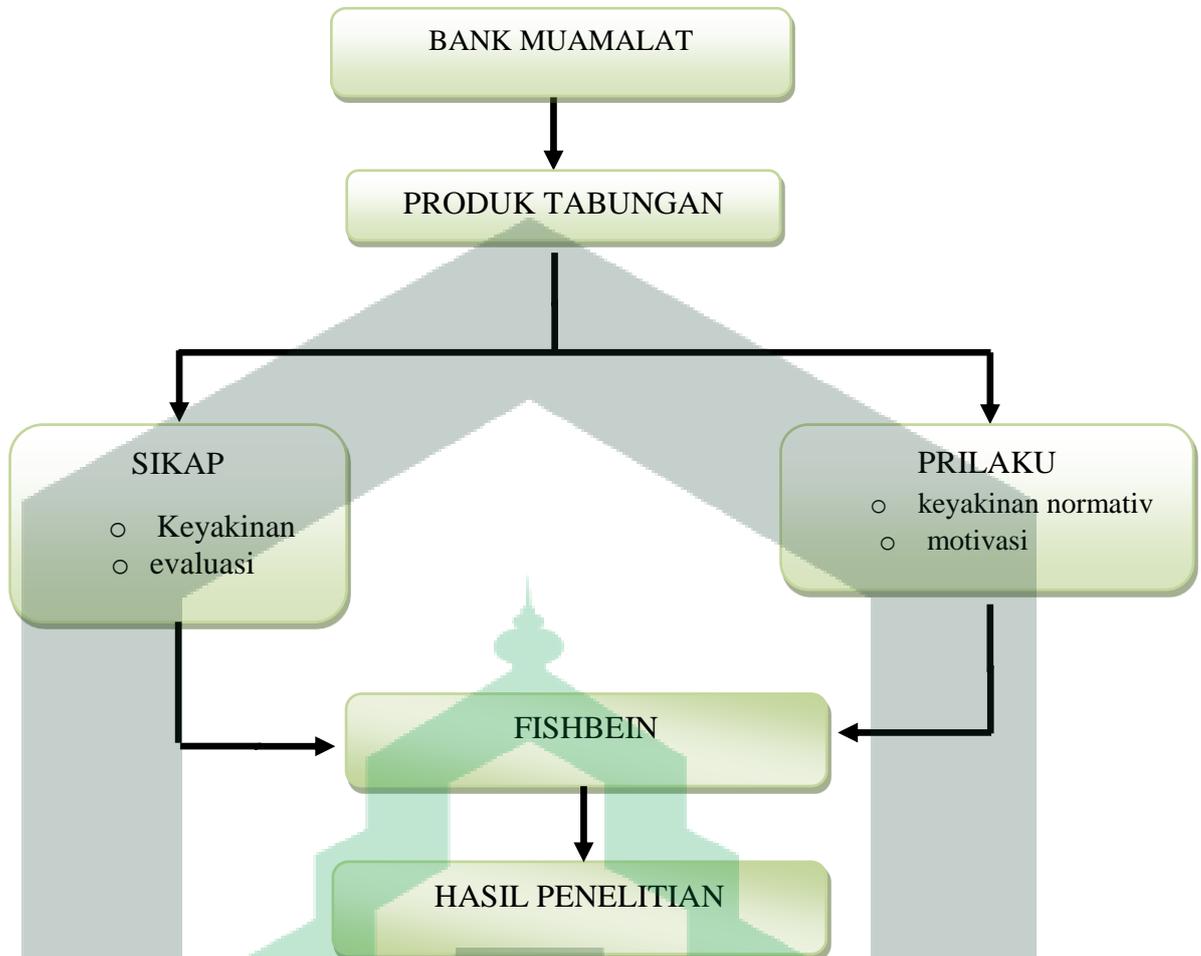
### C. Kerangka Pikir

Lembaga perbankan mempunyai peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Ekonomi masyarakat akan semakin berkembang sejalan dengan perkembangan dan kemajuan perbankan dalam melayani kebutuhan masyarakat dalam produk keuangan. Dengan pesatnya perkembangan perekonomian menuntut timbulnya produk-produk keuangan yang dapat memperlancar kegiatan transaksi pembayaran dalam usaha masyarakat sehingga perbankan dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan dan menciptakan produk-produk perbankan yang dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan lalu lintas pembayaran.

Namun seringkali banyak bank yang tidak mampu bersaing dalam mempertahankan agar bank tersebut tetap sehat dan dapat bertahan. Untuk memberikan gambar yang lebih jelas mengenai penelitian ini, maka penulis membuat suatu bagan kerangka pikir, dijelaskan dengan gambar berikut:

---

<sup>19</sup>Suranto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Islam, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah". Jurnal Universitas Slamet Riyadi Surakarta. <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/1025/887>.



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

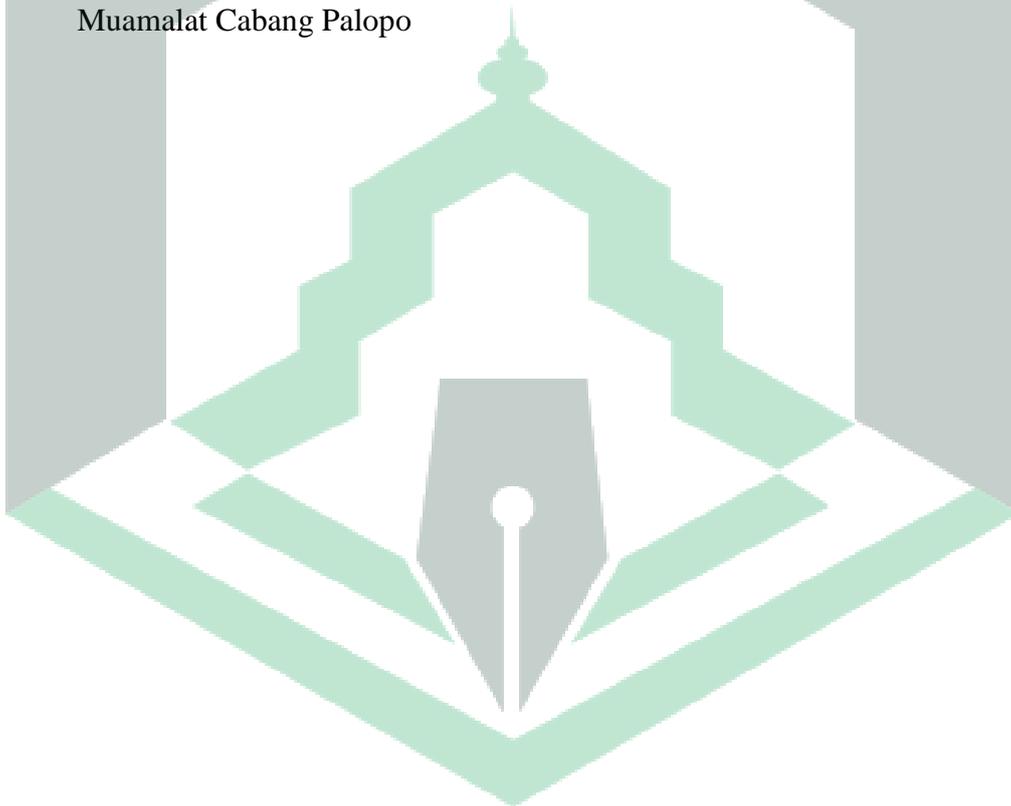
Model Kerangka pikir tersebut menjelaskan Bank muamalat Cabang Palopo mengeluarkan atau menjual produk tabungan. Produk tabungan yang dipasarkan dan digunakan oleh konsumen, konsumen memberikan kesan atau tanggapan terhadap produk tabungan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Cabang Palopo. Sehingga konsumen membentuk sikap terhadap produk tabungan yang ada di Bank Muamalat dan sikap tersebut akan terbentuk perilaku konsumen terhadap produk tabungan, berdasarkan dari sikap (keyakinan dan evaluasi). Sikap ini menjadi sebuah perilaku yang terdapat keyakinan normativ dan motivasi, kemudian hasil analisis yang digunakan untuk melihat perilaku dan sikap

konsumen memiliki minat atau tidak terhadap produk tabungan di Bank Muamalat Cabang Palopo menggunakan analisis fishbein.

#### **D. Hipotesis**

H1 = Diduga sikap konsumen terhadap produk tabungan Bank Muamalat Cabang Palopo adalah bersikap positif dan menyukai produk tabungan di Bank Muamalat Cabang Palopo

H2 = Diduga perilaku konsumen terhadap produk tabungan Bank Muamalat Cabang Palopo adalah akan dan tetap menggunakan produk tabungan Bank Muamalat Cabang Palopo



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka.<sup>20</sup> Metode kuantitatif adalah metode yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel data yang dilakukan secara random dan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>21</sup>

#### B. Lokasi penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di kampus IAIN Palopo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun waktu penelitian dilakukan kurang lebih satu bulan

#### C. Definisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah tujuan dari pembahasan judul, maka diberikan definisi dan batasan operasional sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1	Sikap	Sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang relative konsisten terhadap suatu objek atau gagasan	1. Keyakinan 2. Evaluasi

<sup>20</sup> Istijianto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia, 2005): 93

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung, Alfabeta: 2008), 13.

2	Perilaku	Merupakan sikap eksternal individu yang mempunyai pengaruh terhadap perilaku individu atau perilaku konsumen	1. Keyakinan 2. Motivasi <sup>22</sup>
---	----------	--	---

---

## D. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulan. Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Kualitas dan ciri tersebut dinamakan variabel.<sup>23</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa IAIN Palopo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

### 2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* atau teknik sampel jenuh. Teknik pengambilan sampel ini digunakan karena tidak diketahuinya jumlah populasi secara jelas.<sup>24</sup> Untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

N = Populasi

n = Ukuran sampel

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,2002): 4

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 80.

<sup>24</sup> Sugiyon, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014): 60

e = Derajat penyimpangan yang ditoleransi 10%

Dengan rumus diatas, maka dapat ditentukan jumlah sampel seperti dibawah ini:

$$n = \frac{150}{1 + 150 (10\%)^2}$$

$$n = 60$$

Dari hasil tersebut peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 60 orang dari mahasiswa IAIN Palopo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses pengumpulan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Metode angket (kuesioner), yang merupakan suatu teknik pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, dapat diberikan secara langsung atau melalui pos atau internet. Jenis angket ada dua, yaitu tertutup dan terbuka. Kusioner yang digunakan penelitian ini adalah kusioner tertutup yang merupakan kusioner yang telah menyediakan pilihan jawaban sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung.<sup>25</sup>
2. Observasi, kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang akan

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Bandung: CV Alvabeta, 2008) , 142.

mendukung kegiatan penelitian sehingga akan didapat gambaran yang jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.<sup>26</sup>

3. Dokumentasi, metode ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang profil dan produk-produk yang ditawarkan oleh nasabah Bank Muamalat Cabang Palopo.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Salah satu kegiatan dalam perencanaan satu objek penelitian adalah menentukan instrumen yang dipakai dalam mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

Instrumen peneliti merupakan alat bantu yang penting dan sangat menentukan dalam proses pengumpulan data dalam suatu pendidikan. Karena data yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah peneliti tersebut diperoleh melalui instrumen. Pengukuran instrument penelitian menggunakan skala likert, yaitu dengan menggunakan 5 kategori atau pilihan dalam menentukan sikap fenomena sosial yang dinyatakan dalam pernyataan atau pertanyaan di kuesioner atau angket tersebut.<sup>27</sup> Masing-masing instrumen akan diberi jawaban dan nilai diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban

<b>Simbol</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4

<sup>26</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), 134.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta, 2008) , 93.

KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Agar mendapatkan hasil penelitian yang memuaskan, penulis menyusun rencana kisi-kisi instrument penelitian yang bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel-variabel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, dari setiap variabel yang ada akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indikator yang akan diukur hingga menjadi item pernyataan, seperti tabel dibawah ini

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Aspek	Item	No. Butir
<b>Sikap</b>	<b>Keyakinan</b>		
	Kualitas Pelayanan	Pelayanan yang diberikan saat menabung/mengambil tabungan sangat cepat sehingga tidak menunggu lama	1
	Kualitas Produk	Produk tabungan di Bank Muamalat Cabang Palopo memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan nasabah	2
	Bagi Hasil	Produk tabungan di Bank Muamalat Cabang Palopo memberikan keuntungan bagi hasil yang adil	3
	Kerahasiaan Nasabah	Kerahasiaan saya sebagai nasabah terjamin	4
	Keamanan	Menyimpan uang dalam tabungan di Bank Muamalat Cabang Palopo saya tidak khawatir uang akan hilang disbanding menyimpan uang ditempat lain	5
	Biaya Administrasi	Biaya administrasi yang dikenakan pada rekening tabungan di Bank Muamalat Cabang Palopo tidak memberatkan	6
Sesuai dengan Syariat Islam	Tabungan di Bank Muamalat tidak menggunakan system bunga dan sesuai dengan syariat Islam	7	

<b>Evaluasi</b>			
	Kualitas pelayanan	Bank Muamalat memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan	8
	Kualitas Produk	Cabang Palopo memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan nasabah dibandingkan dengan kualitas produk tabungan di tempat lainnya	9
	Bagi Hasil	Sistem bagi hasil produk tabungan Bank Muamalat lebih menarik disbanding produk tabungan syariah lain	10
	Kerahasiaan Nasabah	Bank Muamalat memberikan jaminan kerahasiaan terhadap nasabah	11
	Keamanan Tabungan	Menyimpan uang dalam tabungan di Bank Muamalat saya tidak khawatir uang akan hilang disbanding menyimpan uang di tempat lain	12
	Sesuai dengan Syariat Islam	Dengan menabung di tabungan Bank Muamalat saya tidak khawatir uang akan hilang di banding menyimpan uang di tempat lain	13
	Biaya Administrasi	Saya tidak merasa keberatan dengan biaya administrasi yang dikenakan pada nasabah tabungan di Bank Muamalat	14
<b>Variabel</b>	<b>Aspek</b>	<b>Item</b>	<b>No. Butir</b>
<b>Perilaku</b>	<b>Keyakinan Normatif</b>		
	Keluarga	Keluarga saya berpendapat sebaiknya saya menabung di Bank Muamalat Cabang Palopo	1
	Teman	Teman saya berpendapat sebaiknya saya menabung di Bank Muamalat Cabang Palopo	2
	Promosi	Promosi menyebabkan saya tertarik menabung di Bank Muamalat	3
	<b>Motivasi</b>		
	Keluarga	Keluarga saya mendukung apabila saya menabung di Bank Muamalat Cabang Palopo	4

Teman	Teman saya mendukung apabila saya menabung di Bank Muamalat Cabang Palopo	6
Promosi	promosi menyebabkan saya tertarik menabung di Bank Muamalat Cabang Palopo	7

## G. Analisis data

Dalam penelitian kuantitatif, analisa data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>28</sup> Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrument. Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang adapat mengukur apa yang ingin diukur. Selanjtnya disebutkan validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrument (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkap variable yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta,1999): 142

<sup>29</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan Spss16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009): 96

pertanyaan sampai sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuisisioner dapat mengukur apa yang ingin diukur, dengan memakai teknik korelasi product moment, dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan : r = korelasi nilai butir dengan nilai total

n = Jumlah responden

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

Suatu pertanyaan dikatakan Valid apabila hasil uji Validitas tersebut di atas 0,361.

## 2. Uji Reliabilitas

Menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Untuk memperoleh indeks reliabilitas soal menggunakan one shot yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau yang mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ), variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,60. Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip Sujianto jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka

ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Alpa Cronbach 0,00 – 0.20 berarti kurang reliable
- b. Nilai Alpa Cronbach 0,21 – 0.40 berarti agak reliable
- c. Nilai Alpa Cronbach 0,41 – 0.60 berarti cukup reliable
- d. Nilai Alpa Cronbach 0,61 – 0.80 berarti reliable
- e. Nilai Alpa Cronbach 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable

### 3. Analisis *Fishbein*

Untuk membahas permasalahan pertama adalah dengan menghitung sikap konsumen (nasabah) terhadap produk tabungan syariah di Bank Muamalat Cabang Palopo dengan metode analisa sikap *Fishbein*. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan atribut objek sikap

Antara lain adalah pelayanan, bagi hasil, lokasi strategis, keamanan uang, dan promosi.

- b. Menganalisa dimensi evaluative yang berhubungan dengan setiap atribut.

Selanjutnya, atribut objek sikap dan evaluasinya dimasukkan dalam rumusan *Fishbein*, Rumusnya :

$$Ab = \sum (bi)(ei)$$

Dimana :  $Ab$  = sikap individu terhadap objek tertentu

$bi$  = kekuatan keyakinan konsumen bahwa objek memiliki atribut  $i$

$ei$  = evaluasi kepercayaan individu terhadap konsekuensi mengenai atribut  $i$ .

- c. Untuk membahas permasalahan kedua, adalah dengan mengukur maksud perilaku konsumen atau tujuan berperilaku.

Rumusnya :  $B \sim BI = w_1 (AB) + w_2 (SN)$

Dimana :

$B$  = Perilaku

$BI$  = Maksud Perilaku

$AB$  = Sikap terhadap pelaksanaan

perilaku  $SN$  = Norma subjektif

$w_1, w_2$  = Bobot yang ditentukan secara empiris

menggambarkan pengaruh relative dari responden

d. Untuk mengukur norma subjektif atau factor kelompok referensi digunakan rumus dibawah ini :

$$SN = \sum (bi)(mi)$$

Dimana :

$SN$  = Norma subjektif konsumen terhadap kelompok referensi

$Bi$  = Keyakinan konsumen terhadap pendapat kelompok referensi jika berperilaku tertentu

$mi$  = motivasi konsumen perilaku

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran umum Lokasi Penelitian

Bank Muamalat Indonesia Tbk “ Bank Muamalat Indonesia” memulai perjalanannya sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Gagasan pendiri Bank Muamalat berasal dari lokarnya bunga bank dan perbankan yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia pada 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor. Ini berlanjut dalam Musyawarah Nasional IV Majelis Ulama Indonesia di Hotel Sahid Jaya, Jakarta, pada 25 Agustus 1990 yang diteruskan dengan pembentukan kelompok kerja untuk mendirikan bank murni syariah pertama di Indonesia.

Lahirnya Bank Muamalat Indonesia dilatarbelakangi oleh berkembangnya bank-bank syariah di Negara Islam, sehingga berpengaruh sampai ke Indonesia. Bank Muamalat Indonesia, adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Didirikan pada tahun 1991, yang di prakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia mulai beroperasi pada tahun 1992, yang dilakukan oleh cendekiawan Muslim dan pengusaha, serta masyarakat luas.<sup>30</sup> Pada tahun 1994, telah menjadi divisi produk pendanaan yang ada menggunakan wadiah (titipan) dan mudharabah (bagi hasil) sedangkan penanaman dananya

---

<sup>30</sup> <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>

menggunakan jual beli, bagi hasil, dan sewa. sejak beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti asuransi syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK), Dan Multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terbosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia.

## 2. Pembentukan Bank Muamalat

mendirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) tercetus dalam sebuah lokarnya MUI bertema "Masalah bunga dan perbankan" yang diadakan pada pertengahan agustus 1990 di Cisarua, Bogor. Hasan Basri, selaku ketua umum MUI membawakan masalah itu ke Munas MUI yang diadakan akhir agustus 1991. Munas MUI itu memutuskan agar MUI mengambil prakarsa mendirikan bank tanpa bunga. Untuk dibentuk kelompok kerja yang diketuai oleh Sekjen MUI waktu itu SH Prodjokusumo. Dilakukan lobi melalui BJ Habibie sampai akhir presiden Soeharto menyetujui didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BUI). Bank Islam yang berbentuk di sepakati bernama Bank Muamalat Indonesia (BUI), "Muamalat" dalam istilah fiqih berarti hukum yang mengatur hubungan antar manusia. Bank Muamalat yang berada di kota palopo adalah bank yang masih berstatus sebagai cabang pembantu dari Bank Muamalat Cabang Makassar. Sebelum mendirikan bank muamalat di Kota Palopo, jauh sebelum oleh pihak bank muamalat melakukan pengamatan dan observasi tentang kelayakan tersebut, sehingga diputuskan tersebut bahwa Kota Palopo ini layak untuk

didirikan bank muamalat cabang pembantu. Setelah di bangunnya bank muamalat cabang Palopo maka bank ini mulai beroperasi pada tanggal 25 oktober 2005 dengan dan awal dari bank muamalat yang ada di Makassar<sup>31</sup> . Dan pada tahun 2006 dana dapat dilunasi sehingga saat ini bank muamalat Kota Palopo dapat berdiri sendiri tanpa tergantung lagi pada dana-dan pinjaman. Bank muamalat yang ada di Sulawesi Selatan hanya ada dua yaitu dikota Makassar dan di Kota Palopo. Kota Palopo merupakan kota kedua setelah Makassar yang menjadi prioritas pendirian bank muamalat. Bank Muamalat didirikan dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam. Di dalam menjalankan fungsinya sebagai pelayanan system perbankan syariah, Bank muamalat menjalankan fungsinya yang sama dengan konvensional,yaitu sebagai lembaga intermediasi (penyaluran), dari nasabah pemilik dana (sahibul mal) dengan nasabah yang membutuhkan dana.

Kehadiran bank muamalat cabang Palopo merupakan salah satu solusi untuk menambah nasabah dan kepercayaan terhadap kegiatan perbankan khususnya di Palopo.Bank muamalat merupakan salah satu perbankan yang berlandaskan sistem perekonomian Islam.Lembaga-lembagakeuangan yang berbasis syariah sebagai salah satu tonggak penting dalam pengembangan ekonomin Islam. Tujuan utama keberadaan bank muamalat cabang Palopo adalah sebagai lembaga dakwahdan sebagai lembaga penghimpun dana dan

---

31

meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Kota Palopo. sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi dengan demikian akan melestarikan pembangunan sosial, meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha, meningkatkan kesempatan kerja, mengembangkan lembaga Bank dan system perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan.

Bank muamalat cabang Palopo tidak hanya menerima nasabah kaum muslim saja tetapi juga mendapat kepercayaan dari pihak non muslim untuk menjadi nasabah bank muamalat. Karena Islam sebagai agama rahmatan lil'alam, yaitu membawa rahmat bagi seluruh alam. Untuk mengetahui letak geografis bank muamalat cabang Palopo penulis mencoba menguraikannya walaupun tidak secara mendetail, dilihat dari letak geografis bank muamalat cabang Palopo terletak di Jl. Jendral Sudirman. Bank muamalat ini mudah dijangkau karna akses ke bank muamalat cabang Palopo ini mudah dengan jasa angkutan umum seperti ojek dan becak dan angkutan lainnya dapat membantu masyarakat untuk sampai ke bank muamalat cabang Palopo, kondisi bank muamalat cabang Palopo ini hasil dari observasi dan pengamatan bahwa bank muamalat cabang Palopo ini berada di lokasi yang sangat strategis.

- a) Tabungan Muamalat Umroh
- b) Tabungkanku
- c) Tabungan IB Muamalat Rencana
- d) Tabungan Muamalat Prisma IB
- e) Tabungan Muamalat Wisata

## 2) Deposito

- a) Deposito *Mudharabah*
- b) Deposito *Fulinves*

### b. Produk Pembiayaan

#### 1) Pembiayaan Konsumen

- a) KPR Muamalat IB
- b) Automuamalat

#### 2) Pembiayaan Modal Kerja

#### 3) Pembiayaan Investasi

- a) Pembiayaan Investasi
- b) Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis

## 2. System Pelayanan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo

Standar dalam pelayanan yang digunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo yang harus dilakukan oleh pegawainya antara lain:

- a) *Perfeact*, maksudnya penampilan yang sempurna, berpakaian secara syariah, rapi, sopan dan menarik.
- b) *Fast*, cepat dalam melayanui, cepat dalam memahami dan mengerti apayang diinginkan oleh nasabah atau calon nasabah.
- c) *Kind*, dalam melayani nasabah harus bersikap sebaik mungkin dan seramah mungkin. Nasabah harus dianggap saudara.

Bank Muamalat dalam system pelayanan mempunyai ciri atau karakteristik tersendiri yang membedakan dengan pelayanan dari bank lain. Karakteristik tersebut adalah SALAM (Senyum, Amanah, Luwes, Antusias, Melayani).

- a) Senyum, harus tersenyum ketika melayani nasabah, dari nasabah tiba sampai nasabah menyelesaikan urusannya, sehingga nasabah akan merasa senang ketika meninggalkan bank.
- b) Amanah, harus menjaga dan menjalankan amanah yang diberikan oleh nasabah dengan sungguh-sungguh dan sepenuh hati.
- c) Luwes, dalam melayani haruslah bisa membuat nasabah merasa nyaman dan mengerti apa yang diinginkan oleh nasabah.
- d) Antusias, mempunyai semangat kerja yang tinggi, tidak malas dan bersungguh-sungguh dalam melayani.
- e) Melayani, dalam membantu nasabah harus cepat, tepat, cermat dan teliti sehingga nasabah akan merasa puas dan otomatis jika nasabah puas maka tercipta loyalitas dalam diri si nasabah tersebut kepada bank.

### 3. Sistem Promosi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo

Dalam melakukan pemasaran khususnya promosi ke masyarakat, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo yang berkewajiban melakukan pemasaran adalah seluruh pihak sumber daya manusianya, tidak hanya bagian *Marketing* saja. Sehingga semua sumber daya manusianya harus mengetahui dengan detail mengenai cara pemasaran apa saja yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo.

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo melakukan promosi seperti :

- a) Menyebar brosur, sebaran dan spanduk. Didalam brosur Bank Muamalat berisi tentang sejumlah kata, gambar, atau foto dalam tata warna yang dapat memberi informasi dan menghibur masyarakat agar lebih mengenal Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo.
- b) *On The Spot* atau sosialisasi terjun langsung ke masyarakat. Misalnya dengan cara pihak Bank pergi ke kampus dengan maksud untuk memberikan pengetahuan, dan mengajak para mahasiswa untuk bergabung dengan Bank Muamalat. Serta menjelaskan akad-akad yang ada dalam Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo. Dan membuka pintu selebar-lebarnya kepada yang ingin mengetahui dan berkerjasama dengan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo.
- c) Pengenalan melalui media sosial. Informasi Bank Muamalat berisi

tentang sejumlah kata, gambar, atau foto dalam tata warna yang dapat memberi informasi dan menghibur masyarakat agar lebih mengenal Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo.

## B. Data Kuantitatif

### 1. Karakteristik Responden

#### a) Usia

Pengujian data melalui kuisisioner berdasarkan 60 responden hasil seperti tabel sebagai berikut :

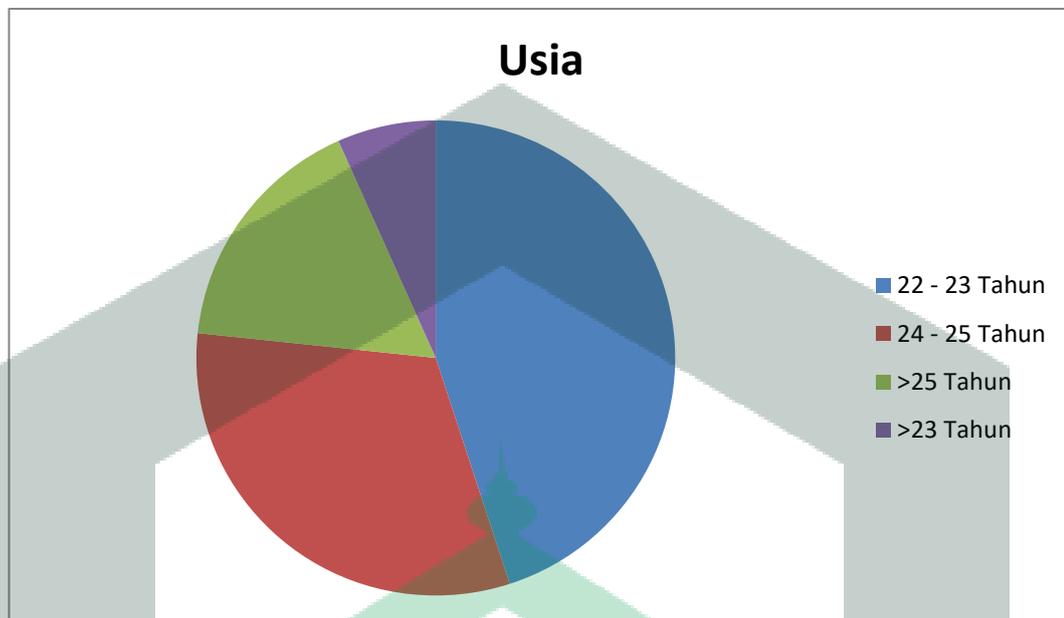
Tabel 4.1

Distribusi responden menurut usia

Usia	Frekuensi	Presentase
<25 Tahun	4	6,7%
24– 25 Tahun	19	31,8%
23 – 24 Tahun	27	45%
>23 Tahun	10	16,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Lebih jelasnya presentase frekuensi usia ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini :



**Gambar 4.1** Diagram lingkaran usia

Dari paparan di atas dapat diketahui dengan jumlah responden sebanyak 60. Diketahui jumlah responden yang berusia antara (22 – 23 Tahun) adalah yang paling banyak, dengan jumlah responden 27 responden atau 45%. Di ikuti oleh responden berusia (24 – 25 Tahun) dengan jumlah 19 responden atau 31,6%. Sedangkan sisanya, sebanyak 10 responden atau 16,7% adalah responden berusia >25 tahun, dan 4 responden atau 6,7% responden berusia >23 tahun.

b) Jenis Kelamin

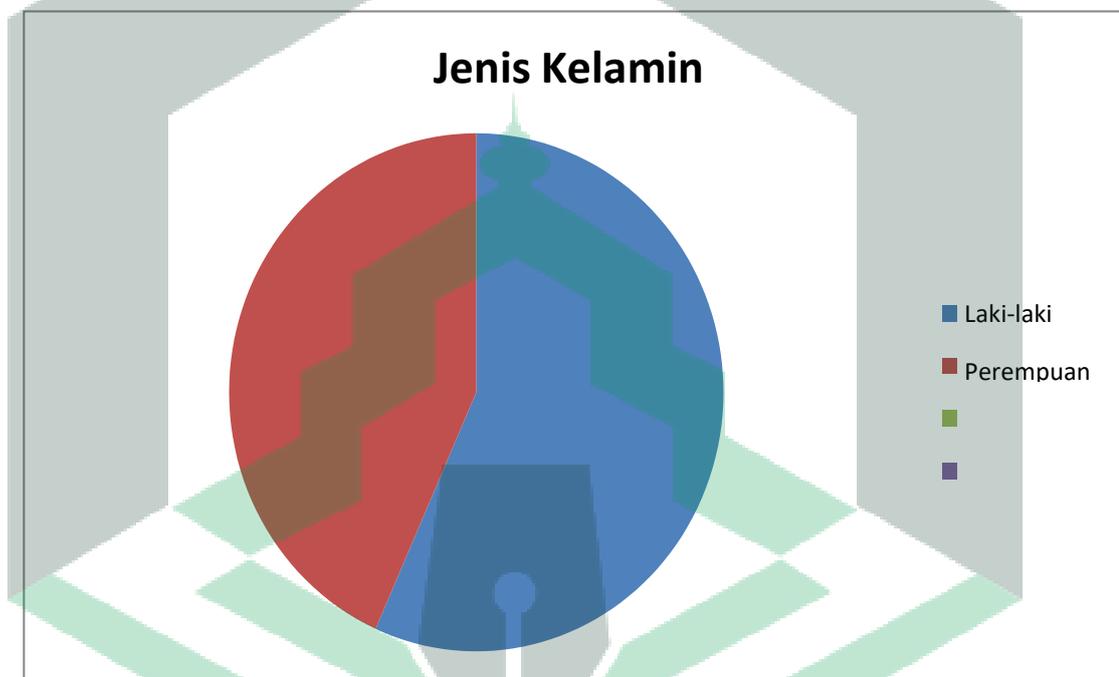
Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan jenis kelamin terhadap 60 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut

Tabel 4.2

Distribusi responden menurut jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	34	57%
Perempuan	26	43%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer



Gambar 4.2 Diagram lingkaran jenis kelamin

Berdasarkan hasil paparan diatas dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 60 responden sebanyak 34 responden atau 57% adalah berjenis kelamin laki-laki, dan sebanyak 26 responden atau 43% adalah berjenis kelamin perempuan.

### C. Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 60 responden dengan interval kepercayaan 95% maka nilai *r produk moment* 0,254. Artinya bahwa jika nilai *r produk moment* lebih dari 0,361 maka dikatakan valid artinya layak digunakan dalam penelitian. Karena perhitungan dengan rumus *Fishbein* menggunakan indikator yang berpasangan dari factor keyakinan dan evaluasi, serta keyakinan normative dan motivasi.

Tabel 4.3 Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.0 - 0.20	Kurang Reliabel
0.21 - 0.40	agak Reliabel
0.41 - 0.60	Cukup Rliabel
0.61 - 0.80	Reliabel
0.81 - 1.00	Sangat Reliabel

#### a. Validitas dan Reliabilitas Keyakinan

Tabel 2.4 Validitas Keyakinan

No	Atribut	R	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0.288	Valid
2	Kualitas Produk	0.278	Valid
3	Bagi Hasil	0.332	Valid
4	Kerahasiaan Nasabah	0.260	Valid
5	Keamanan Tabungan	0.307	Valid

6	Sesuai Syariat Islam	0.453	Valid
7	Biaya Administrasi	0.310	Valid
8	Citra	0.463	Valid

Sumber : hasil pengolahan data spss

Tabel 4.5 Reliabilitas Keyakinan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.618	8

Sumber : Output SPSS 16.0

Berdasarkan tabel diatas seluruh item uji validitas keyakinan adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,254. Item yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument keyakinan memenuhi persyaratan validitas secara statistik. Karena secara definisi uji validitas berarti

prosedur pengujian untuk melihat apakah alat ukur yang berupa kuisioner dapat mengukur dengan cermat atau tidak, maka instrument keyakinan merupakan alat ukur yang cermat dan tepat.

Dari Hasil Penelitian untuk uji reliabilitas dengan menggunakan 60 responden, didapatkan nilai korelasi *Cronbach's Alpha* 0,618. Karena nilainya lebih besar dari 0,6 maka kuisioner dapat dikatak reliabel.

## b. Validitas dan Reliabilitas Evaluasi

Tabel 4.6 Validitas Evaluasi

No	Atribut	R	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0.342	Valid
2	Kualitas Produk	0.440	Valid
3	Bagi Hasil	0.502	Valid
4	Kerahasiaan Nasabah	0.418	Valid
5	Keamanan Tabungan	0.479	Valid
6	Sesuai Syariat Islam	0.288	Valid
7	Biaya Administrasi	0.276	Valid
8	Citra	0.332	Valid

Sumber : hasil pengolahan data spss

Tabel 4.7 Reliabilitas Evaluasi

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	8

Sumber : Output Spss 16.0

Berdasarkan tabel diatas seluruh item uji validitas evaluasi adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,254. Item yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument keyakinan memenuhi persyaratan validitas secara statistik.

Dari Hasil Penelitian untuk uji reliabilitas dengan menggunakan 60 responden, didapatkan nilai korelasi *Cronbach's Alpha* 0,618. Karena nilainya lebih besar dari 0,6 maka kuisisioner dapat dikatak reliabel.

## 2. Hasil Uji Sikap (Fishbein)

Berikut ini adalah hasil perhitungan hasil uji sikap (Fishbein) dengan menggunakan 60 responden.

### a. Langkah pertama

Untuk mengetahui atribut yang telah dinyatakan valid dimasukkan kedalam matrix sikap fishbein, dengan menggunakan kategori jawaban sebagai berikut :

- a. Skor 2 untuk jawaban sangat setuju
- b. Skor 1 untuk jawaban setuju
- c. Skor 0 untuk jawaban netral
- d. Skor -1 untuk jawaban tidak setuju
- e. Skor -2 untuk jawaban sangat tidak setuju

### b. Langkah ke Dua

Menjumlah Delapan atribut yang ada di indikator keyakinan dan evaluasi yang dapat dilihat dilampiran.

### c. Langkah ke Tiga membuat sikap responden mengenai sikap

Fishbein, maka diperoleh rata-ratanya seperti pada table sebagai berikut :

Tabel 4.8 Sikap Fishbein

No	Atribut	Keyakinan (Belief)	Evaluasi	Sikap (AB)
1	Kualitas Pelayanan	1,33	1,23	1,63

2	Kualitas Produk	0,98	0,88	0,86
3	Bagi Hasil	1,05	1,06	1,11
4	Kerahasiaan Nasabah	0,43	0,6	0,25
5	Keamanan Tabungan	0,88	1	0,88
6	Sesuai Syariat Islam	0,63	0,66	0,41
7	Biaya Administrasi	0,55	0,96	0,52
8	Citra	0,85	0,75	0,63
Total AB				6,29

Sumber : Hasil pengolahan data pada Excel

Dari table diatas pada kolom keyakinan dapat dilihat bahwa responden menganggap kualitas pelayanan (1,33) sangat disetujui dan paling baik penilaiannya, diikuti dengan bagi hasil (1,05), kualitas produk (0,98), keamanan tabungan (0,88), citra (0,85), sesuai syariat Islam (0,63), biaya administrasi (0,55), dan kerahasiaan nasabah (0,43).

Sedangkan pada kolom evaluasi dapat dilihat bahwa responden menganggap hal yang paling dipertimbangkan untuk menabung di Bank Muamalat KCP Palopo adalah nilai yang paling tinggi adalah Kualitas pelayanan (1,23), dengan diikuti bagi hasil (1,06), keamanan tabungan (1), biaya administrasi (0,96), kualitas produk (0,88), citra

(0,75), sesuai syariat Islam (0,66), dan kerahasiaan nasabah (0,6).

Pada kolom total AB dapat dilihat bahwa keseluruhan total antara atribut keyakinan dan evaluasi (6,29) dimana responden menganggap hal atau atribut yang disukai yaitu kualitas pelayanan (1,63), dengan diikuti oleh bagi hasil (1,11), keamanan tabungan (0,88), kualitas produk (0,86), citra (0,63), biaya administrasi (0,52), sesuai syariat islam(0,41), dan kerahasiaan tabungan (0,25).

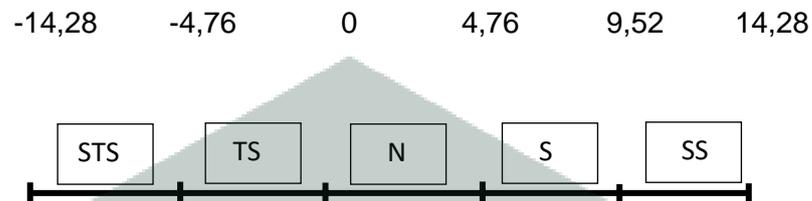
Berdasarkan table diatas jumlah nilai sikap adalah +6,29 jadi sikap konsumen terhadap produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo adalah baik. Nilai sikap yang paling tinggi adalah kualitas pelayanan (1,63). Jadi nasabah Bank Muamalat KCP Palopo menilai bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat disetujui dan disukai dari Produk tabungan di Bank mengetahui sikap konsumen bernilai 6,29 itu berada pada skala penilaian yang mana, sebelumnya hitung skor maksimum untuk sikap sebagai berikut :

**Tabel 2.9 Skala Penilaian Sikap Terhadap Tabungan**

Atribut	Keyakinan Maksimum	Evaluasi	Total
1	2	1,23	2,46
2	2	0,88	1,76
3	2	1,06	2,12
4	2	0,6	1,2
5	2	1	2
6	2	0,66	1,32
7	2	0,96	1,92
8	2	0,75	1,5
Jumlah			14,28

Sumber : Hasil pengolahan data pada Excel

Karena rentang posisi SS sebagai sangat setuju dan STS sebagai sangat tidak setuju, maka skala interval sikap maksimum +14,28 dan minimum -14,28.



Berdasarkan skala interval diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai 6,29 berada pada posisi Setuju (Positif).

Tabel 3.1 Nilai Skala

Nilai Skala	Keterangan
-14,28- -4,76	Sangat Tidak Setuju
-4,76 – 0	Tidak Setuju
0 - 4,76	Netral
4,76 – 9,52	Setuju
9,52 – 14,28	Sangat Setuju

Sumber : Hasil Pengolahan Data

### 3. Analisis Perilaku Konsumen

Dalam melakukan analisis perilaku konsumen terdapat tiga langkah yaitu

#### a. Langkah pertama

Menghitung norma subjektif atau factor kelompok referensi yang didapat dengan cara mengalikan keyakinan normative dengan motivasi yang dirasakan oleh responden, seperti pada lampiran. Setelah itu dicari

rata-ratanya yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9 Analisa Hasil Norma Subjektif

Kelompok referensi	Keyakinan normative	Motivasi	Total SN
Keluarga	0,75	0,45	0,33
Teman	1,05	0,73	0,76
Promosi	0,83	0,31	0,25
Jumlah			0,50

Sumber : Hasil pengolahan data pada Excel

Dari tabel diatas pada keyakinan normative diatas dapat dilihat bahwa teman (1,05) lebih banyak memberikan saran dibandingkan promosi(0,83), dan keluarga (0,75) untuk menabung di Bank Muamalat KCP Palopo, dan juga ada kolom motivasi dapat dilihat responden lebih mengikuti pendapat teman (0,73) dibanding keluarga(0,45) dan promosi (0,31).

Berdasarkan tabel diatas jumlah nilai perilaku adalah +0,50. Nilai perilaku yang paling tinggi adalah teman (0,76). Jadi factor eksternal konsumen lebih dipengaruhi oleh teman.

b. Langkah kedua : Bobot

Menghitung bobot untuk AB (dinamakan w1) dan SN (dinamakanw2).

Jumlah w1 dan w2 adalah 100% yang didapat dari pendapat responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di lampiran. Rata-rata dari w1 adalah 66% lebih menentukan dalam keinginan untuk menabung di Bank Muamalat KCP Palopo disbanding mengikuti pendapat kelompok referensi 34%.

c. Langkah ketiga

Setelah mendapatkan hasil dari perhitungan sikap (AB), norma subjektif (SN), bobot w1 dan w2 lalu menghitung perilaku konsumen (B) atau tujuan berperilaku (BI).

$$B \sim BI = w1 (AB) + w2 (SN)$$

Dimana :

B = Perilaku

BI = Maksud Perilaku

AB = Sikap terhadap pelaksanaan perilaku  
SN = Norma subjektif

w1, w2 = Bobot yang ditentukan secara empiris menggambarkan pengaruh relative dari komponen.

$$B \sim BI = w1(AB) + w2 (SN)$$

$$= 0,66 (6,29) + 0,34 (0,50)$$

$$= 4,321$$

Nilai B ~ BI adalah positif (4,321) maka dapat dikatakan bahwa konsumen mempunyai perilaku positif artinya konsumen (nasabah) akan dan tetap menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis Fishbein, sikap kosumen dengan skor +6,29, termasuk dalam kategori baik atau dapat dikatakan konsumen menyukai produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo. Dalam menabung di Bank Muamalat KCP Palopo atribut yang paling disetujui atau disukai oleh konsumen adalah atribut kualitas pelayanan dengan skor tertinggi.
2. Berdasarkan analisa perilaku konsumen dengan konsep dari Fishbein hasil penelitian menunjukkan nilai tertinggi dari factor eksternal adalah teman dengan nilai (0,76), jadi faktor eksternal konsumen lebih dipengaruhi oleh teman perilaku konsumen bernilai +4,321 bernilai positif yang artinya konsumen mempunyai perilaku positif artinya konsumen (nasabah) akan dan tetap menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo.

#### **B. Saran**

1. Bagi Lembaga Sikap nasabah terhadap produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo, atribut yang mempunyai nilai tertinggi ada atribut kualitas pelayanan. Oleh karena itu pihak Bank Muamalat KCP Palopo hendaknya tetap mempertahankan kualitas dalam melayani nasabah

penabung. Serta meningkatkan pada atribut-atribut yang lainnya seperti kualitas produk dan mempertahankan citra atau nama baik Bank di mata nasabah.

2. Bagi Stakeholder DPS diharapkan mengerti dan memahami ekonomi serta system perbankan sesuai dengan hukum, juga hukum-hukum financial melalui berbagai fatwa syariah yang diharapkan mampu menjalankan fungsinya secara maksimal, sesuai dengan porsi dan tugas masing-masing. Melakukan pengawasan terhadap bank syariah secara aktif dan rutin, karena peran DPS sangat menentukan dalam mengawasi setiap operasi bank syariah agar tetap memenuhi prinsip-prinsip syariah.
3. Bagi akademik Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan loyalitas nasabah pada perusahaan perbankan, meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan banyak kekuarangnya. Peneliti dalam melakukan penelitian mengalami berbagai kendala dalam hal pencarian informasi karena menyangkut kerahasiaan bank.

Peneliti yang akan datang bagi para peneliti yang akan datang diharapkan untuk meneliti sikap dan perilaku konsumen terhadap produk-produk perbankan yang lainnya, karena penelitian analisis sikap dan perilaku dengan metode analisis dari Fishbein masih sangat sedikit di bidang perbankan.

## DAFTAR PUSTAKA

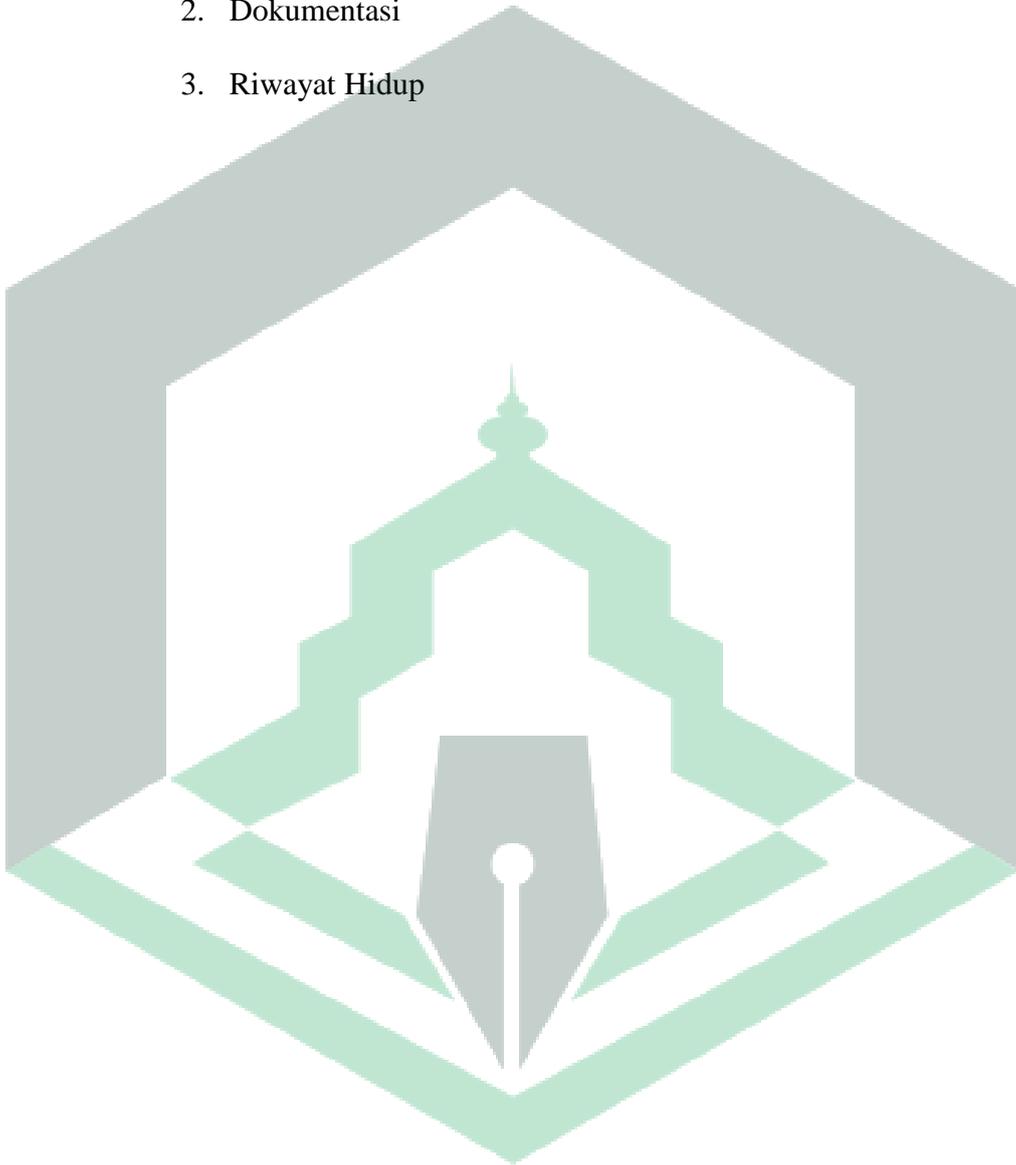
- Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* Ed. 3 Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet1 Jawa Barat: CV Jejak, 2018.
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : Gramedia, 2002.
- Kasmir, *Customer Service Excellent Teori dan Praktek* Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada: 2017.
- Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku konsumen*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Ed. 1 Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Leon G. Schiffman, *Perilaku Konsumen* Ed: VII, Jakarta: PT Indeks, 2008.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. 1 Bandung: Rosda Karya, 2000.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian kuantitatif*, Ed.1 Jakarta: Kencana, 2005.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Ed. 1 Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Ruslan Rosadi, *Management Public Relations* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- S Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, Ed. 1 Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Ayuk Wahdanfiari Adibah, "Pengaruh Latar Belakang Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri" ( IAIN Tulungagung, 2018), 1-3, <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/139/1/SKRIPSI.pdf>.

- Sri Mulyani “*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Solo*”, skripsi UIN Surakarta, 2019, <http://repo.uin-surahkarta.ac.id/139/1/SKRIPSI.pdf>.
- Apriati Wahyu Ningsih, “*Analisi Kinerja Bank Muamalat Menggunakan Malcolm Baldrige*”, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo 2021, [http://repository.iainpalopo.ac.id/eprint/3916/1/Skripsi\\_Apriati\\_Bundel.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/eprint/3916/1/Skripsi_Apriati_Bundel.pdf)
- Irwani Purba judul “*Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah di Kota Pematang Siantar*”, Jurnal Ekonomi PematangSiantar, tahun 2016.
- Sigiyanto Judul, “*Analisis Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi Ekspektasi Nasabah Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Jakarta Selatan*”, Jurnal Ekonomi Islam Jakarta , T 2017.
- Suparto, ” *Perilaku dan Kepuasan Pelanggan Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya Menggunakan Analisis Regresi Logistik*” Jurnal Keuangan dan Perbankan, <http://media.neliti.com/media/publications/77306-pengaruh-kualitas-pelayanan-prod.pdf>
- Abdul Mintholip, “*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam*”. Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan, April 2018.
- Munawaroh, “*Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Pembiayaan*”, UIN Raden Intan Lampung 2017, <http://repository.ac.id/dspace/bitstream/12356/43920/1/MUNAWAROHFTIK.pdf>
- Sarwono, “*Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”. Jurnal Inovasi Pertanian, 2017.
- Suranto, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Islam, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah*”. Jurnal Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

<http://ejournal.unisri.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/1025/887>

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian
2. Dokumentasi
3. Riwayat Hidup



**Surat Izin Penelitian**



## Dokumentasi











## Riwayat Hidup



herni yupita, lahir di suli, kecamatan Suli Kab. Luwu pada tanggal 2 januari 1997. Penulis merupakan anak kelima dari lima bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Umar dan ibu bernama Samsang. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa suli, Kecamatan Suli,

Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 di SDN 14 Tankalasi, kemudian ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMP 1 Suli dan selesai pada tahun 2013, kemudian melanjutkan di SMA 1 Belopa, dengan mengambil jurusan IPA dan lulus di SMA di tahun 2016, penulis kemudian melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dengan mengambil jurusan Perbankan Syariah , fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Dan pada akhirnya penulis membuat tugas akhir skripsi untuk menyelesaikan pendidikan S1 dengan judul skripsi “Pengaruh Sikap Dan Konsumen Terhadap Produk Tabungan Pada Bank Muamalat Kota Palopo (Studi Kasus Pada mahasiswa kampus IAIN Palopo angkatan 2020).

contact person penulis: [1604020121@iainpalopo.ac.id](mailto:1604020121@iainpalopo.ac.id)

