

**PENGARUH SOSIAL BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 Pada
Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Palopo**

Oleh:

ANGRAENY ARISHA

Nim: 14.16.15.0002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2018

**PENGARUH SOSIAL BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 Pada
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**

Oleh:

ANGRAENY ARISHA

Nim: 14.16.15.0102

Dibimbing oleh:

1. Burhan Rifuddin, SE., MM

2. Dr. Fasihah, M.Ei

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2018

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Sosial Budaya Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”** dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah Saw, keluarga, sahabat dan seluruh pengikut-pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus oleh Allah SWT. Sebagai nabi uswatunk hasanah (*contoh teladan yang baik*) bagi seluruh alam semesta.

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.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yaitu : Sembah sujud dan Ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, “Ayahanda Muh. Arifuddin dan Ibunda Halimah” yang senantiasa memanjatkan doa kepada Allah swt. memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, dan telah

mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara materi maupun non materi.

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I, Dr. Rustan S, M. Hum. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Hasbi, M.Ag. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse,MM. Wakil Dekan I Dr. Takdir, SH.,MH. Wakil Dekan II, Dr. Rahmawati, M.Ag.Wakil Dekan III Dr. Muh. Tahmid Nur, M.Ag. dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Zainuddin S., S.E., M.Ak., yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Prodi Perbankan Syariah, Bapak Zainuddin S, S.E., M.Ak. dan Sekertaris Prodi, Bapak Hendra Safri, S.E., M.M., beserta seluruh Dosen yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di IAIN Palopo.
4. Pembimbing I, Burhan Rifuddin, S.E.,M.M dan Pembimbing II, Dr. Fasiah, M.EI yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Penguji I, Dr. Rahmawati, M.Ag, dan Penguji II, Dr. Abdain, S.Ag., M.HI., yang telah meluangkan waktunya dalam menguji dan memberikan masukan kepada penulis.
6. Para Bapak Ibu dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.
7. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini. Kepada Saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2014 Perbankan Syariah A yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
9. Masyudi Martani Padang, S.AP yang selama ini banyak membantu dan memberikan dukungan moril, motivasi serta kritik dan saran sehubungan penyusunan skripsi ini
10. Sahabat-sahabat Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) yang selama ini memberikan motivasi dan telah membantu dalam penyelesaian skripsi dengan maksimal.
11. Teman-teman GS yang telah mendoakan sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan, dan turut berpartisipasi membantu penulis selama ini.

Teriring do'a, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT dan selalu diberi petunjuk kejalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-NyaAmin.



IAIN PALOPO

Palopo, 23 maret 2018

Angraeny Arisha

ABSTRAK

Nama : Angraeny Arisha

NIM : 14.16.15.0002

**Judul : Pengaruh Sosial Budaya Terhadap Keputusan Nasabah
Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri Kota Palopo**

Kata Kunci : Budaya, Sosial, Keputusan Nasabah,

Permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah; 1) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, 2) Variabel apakah yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah; 1) Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel budaya dan variabel sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. 2) Untuk mengetahui variabel apakah yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 responden kepada nasabah bank syariah mandiri Kota Palopo. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan convenience sampling yaitu penyebaran koesioner pada populasi nasabah bank syariah Mandiri.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi dengan metode uji f dan uji t. Hasil analisa regresi berganda menunjukkan nilai Fhitung sebesar 24,978 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. artinya variabel sosial dan budaya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Prakata	ii
Abstrack	vi
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Operasional Variabel	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
B. Kajian Pustaka	7
1. Pengertian Bank Syariah.....	7
2. Produk-Produk Perbankan Syariah	8
3. Model Prilaku Konsumen	14
4. Teori Pengambilan Keputusan	17
5. Keputusan Memilih Bank	19
6. Konsep Dasar Dalam Sistem Sosial Budaya	20
7. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen.....	23
C. Kerangka Fikir.....	32
D. Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian	34
C. Sumber Data.....	34
a. Data Primer	34
b. Data Sekunder	35
D. Populasi dan Sampel	35
E. Teknik Pengumpulan Data	35
1. Kuesioner	36
2. Observasi	36
F. Teknik Pengelohan dan Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Diskripsi Objek Penelitian	43
1. Gambaran Umum Kota Palopo	43
2. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri	44
3. Karakteristik Responden.....	47
4. Hasil Penelitian	50
5. Pembahasan.....	55

BAB V PENUTUP

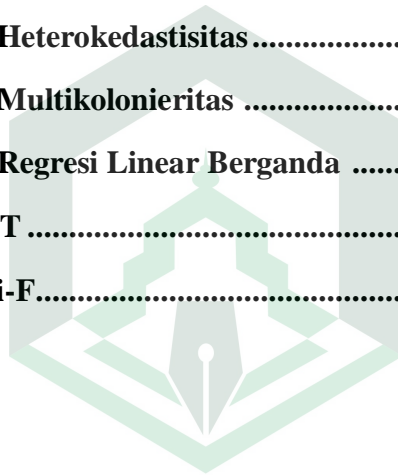
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	57

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 3.2 : Reliability Statistics.....	39
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2. : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.3. : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4 : Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.5 : Hasil Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.6 : Hasil Uji Heterokedastisitas.....	51
Tabel 4.7 : Hasil Uji Multikolonieritas	52
Tabel 4.8 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.9 : Hasil Uji-T	53
Tabel 4.10 : Hasil Uji-F.....	54



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Kerangka Fikir	32
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Palopo	47



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri ekonomi keuangan dan perbankan syariah ini menjadi fenomena pada saat ini. Kemajuan perekonomian mencakup semua sektor, baik sektor industri (*manufaktur*), jasa dan perbankan. Termasuk di Indonesia, perkembangan perekonomian ini menuntut masyarakat untuk memilih perbankan yang cocok untuk melaksanakan sirkulasi dana yang ada, baik pada perorangan atau organisasi. Konsumen mempunyai beberapa pertimbangan dan alasan untuk menentukan keputusan mereka dalam memilih bank sebagai organisasi yang digunakan untuk sirkulasi dana mereka.

Pesatnya pertumbuhan bank-bank Islam telah mengilhami bank-bank konvensional untuk meniru dan menawarkan produk-produk bank Islam.¹ Alasan mereka ikut menawarkan produk bank Islam semata-mata bersifat komersial, yaitu melihat besarnya pasar umat Islam yang pertumbuhannya diperkirakan 15% pertahun. Hal ini tercermin dari tindakan beberapa bank konvensional yang membuka "*islamic windows*" di dalam bank masing-masing dengan menawarkan produk-produk bank Islam, antara lain di Malaysia, "*the Islamic transactions*" di cabang-cabang bank Mesir, dan "*the Islamic service*" di cabang-cabang bank perdagangan nasional Arab Saudi.

¹Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Tangerang:2009, h.9

Sejarah keberadaan bank syariah dalam sistem perbankan Indonesia sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1992, ditandai dengan berdirinya bank Muamalat, dan sejalan dengan diberlakukannya undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan. Namun demikian undang-undang tersebut belum memberikan hukum yang cukup kuat terhadap pengembangan bank syariah karena belum secara tegas mencantumkan kata prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank. Dengan diundangkannya UU Nomor. 10 tahun 1998 tentang perubahan, UU. Nomor. 7 tahun 1992 tentang perbankan, maka secara tegas sistem perbankan syariah ditempatkan sebagai bagian dari sistem perbankan nasional. UU tersebut telah diikuti dengan ketentuan pelaksanaan dalam beberapa surat keputusan direksi bank indonesia tanggal 12 mei 1999, yaitu tentang Bank Umum, Bank Umum berdasarkan prinsip syariah dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berdasarkan prinsip syariah.²

Menurut M. Syafe'i Antonio (2001) dan Perwartaatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dan tata caranya mengacu kepada ketentuan Alquran dan hadis.

Dari pengertian diatas sudah jelas bahwa segala sesuatu yang ada didalam bank syariah baik itu pengoperasiannya maupun akad-akadnya semua berdasarkan prinsip syariah dan berpedoman pada Alquran, hadis dan undang-undang yang mengatur jalannya perbankan syariah.

Bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediaty*) antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana

²*Ibid, h.10*

(*surplus unit*) dengan pihak-pihak yang memerlukan dana (*deficit unit*), serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran.³ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bank mempunyai suatu falsafah atau pedoman penting dalam menjalankan usahanya, yaitu kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat.

Perbedaan prinsip antara bank konvensional dan bank syariah sangatlah jelas terutama pada prinsip bunga yang terdapat pada bank konvensional. Bank syariah yang berdasarkan prinsip syariat Islam tidak mengenal adanya bunga, karena dianggap riba dan dilarang dalam Alquran dan hadis.

Pertumbuhan perbankan syariah menjadi menarik untuk diamati bila dikaitkan dengan tujuan awal berdirinya bank syariah. Sebagaimana dikatakan oleh M. Syafi'i Antonio bahwa tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan syariah ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan syariat Islam. Dari sini terlihat adanya keterkaitan (hubungan) secara religius antara berdirinya bank syariah dengan tujuan untuk memfasilitasi mayoritas umat Islam dengan segenap aspek ekonominya, agar sesuai dengan syariat Islam. Fenomena ini diperkuat dengan adanya fatwa yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) berkaitan dengan dilarangnya sistem bunga dalam segala praktik bisnis, termasuk bisnis industri perbankan.⁴

³Ikatan akuntan Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan*, PSAK no.7, Jakarta:1999, h.31

⁴Zainul Arifin, *dasar-dasar manajemen bank syariah*, h.12

Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“PENGARUH BUDAYA SOSIAL TERDAHAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MEMILIH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO”**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penilitan ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
2. Variabel apakah yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel budaya dan variabel sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
2. Untuk mengetahui variabel apakah yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

a. Peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai alat untuk mengiplikasikan ilmu yang telah diperoleh di perguruan tinggi dan menambah pengetahuan serta studi kepustakaan dalam bidang pelayanan khususnya dalam bidang perbankan.

b. Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan daftar bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya, akademik lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Palopo.

E. Definisi Oprasional Variabel

Proposal ini berjudul “Pengaruh budaya dan sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo” maka sangat penting untuk mendefinisikan oprasional variabel agar tidak terjadi kesalah dan memudahkan penelitian.

1. Budaya

Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang, dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi.⁵

2. Sosial

Sosial merupakan sesuatu yang dicapai, dihasilkan dan ditetapkan dalam interaksi sehari-hari antara warga negara dengan pemerintahannya.⁶

3. Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternative.

4. Nasabah adalah orang yang menyimpan dananya di bank syariah.

⁵Kotler dan Keller, *manajemen pemasaran (edisi 12 jilid 1)*, jakarta:2007, h.213

⁶Anwar Prabumangkunegara, *sumber daya manusia perusahaan (remaja rosdakarya)*, bandung:2005, h.41

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

a. M. Arief Mufraini (2009) dalam penelitiannya mengenai “Analisis faktor exploratory dan confirmatory keputusan nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah”. Penelitian ini menggunakan metode *exploratory* dan *confirmatory*. Dan dari hasil analisis *faktor exploratory* menunjukkan bahwa faktor-faktor yang membentuk keputusan nasabah atas penggunaan produk dan jasa BMI adalah dari 23 butir/indikator dapat terekstrak/ reduksi menjadi 6 faktor tersebut terdapat perbedaan dan persamaan dterkait dalam proposal penelitian ini adalah:

- Persamaannya yaitu sebagai berikut:
 1. Faktor aksesibiliti terkait dengan faktor-faktor kemudahan mencapai lokasi domisili BMI.
 2. Faktor produk terkait dengan sejumlah indikator yang menunjukkan keunikan produk dan jasa bank BMI yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
 3. Faktor syariah terkait dengan wawasan syariah dalam operasional penyajian produk dan jasa BMI secara syariah.
- Perbedaannya terletak pada:
 1. Faktor promosi terkait dengan promosi yang menarik emosi keislaman nasabah.

2. Faktor fasilitas dan pelayanan yang ditatarkan oleh BMI.
 3. Brand image BMI yang terkait dengan citra dan branding yang dibangun BMI untuk menarik nasabah.
 4. Lokasi penelitian
- b. Dalam penelitian (Atin Yulaifah 2011) “Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah studi kasus pada masyarakat Ciputat pengguna jasa bank syariah” Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan tidak signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Atin Yulaifah dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel sosial, budaya dan keputusan nasabah sebagai variabel penelitian. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan Atin Yulaifah ini menggunakan variabel pribadi dan psikologi, sedangkan penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut, serta lokasi penelitian Atin Yulaifah dilakukan di Ciputat Tangerang Selatan, sedangkan penelitian ini dilakukan di Kota Palopo pada Bank Syariah Mandiri.

B. Kajian pustaka

1. Pengertian Bank Syariah

Pengertian bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam,

khususnya yang bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Bank syariah sering dipersamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank syariah, ketika sejumlah instrumen atau operasinya bebas dari bunga. Bank syariah, selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial.⁷

2. Produk-produk perbankan syariah

Pada prinsipnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

a. Produk penyaluran dana (*financial*)

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu :

- Prinsip jual beli

Prinsip ini dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.⁸

⁷Diana Yumanita, *bank syariah: gambaran umum*, jakarta, pusat pendidikan dan studi kebangsentralan: 2005, h. 4

⁸Wiroso, *produk perbankan syariah (dilengkapi UU no21/2008 tentang perbankan syariah)*, jakarta:2009, h.399

Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni :

1) Murabahah

Murabahah adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungan. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan.

Kepemilikan barang akan berpindah kepada nasabah segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara cicilan tetap yang besarnya telah disepakati sampai pelunasannya.

2) Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan dalam waktu yang akan datang, sementara pembayaran dilakukan secara tunai. Syarat utama adalah barang yang akan diserahkan tersebut dapat ditentukan spesifikasinya secara jelas.

3) Istishna'

Istishna' ini menyerupai salam, akan tetapi bank melakukan pembayaran secara termin atau beberapa kali dalam jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan. Ketentuan umum pembiayaan istishna' adalah spesifikasi barang harus jelas. Umumnya pembiayaan istishna' diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.⁹

⁹Wirosa, *produk perbankan syariah (dilengkapi UU no21/2008 tentang perbankan syariah)*, jakarta:2009, h.400-405

- Prinsip sewa

Transaksi sewa dilandasi adanya perpindahan manfaat. Sehingga ijarah adalah pembiayaan yang obyeknya berupa manfaat atau jasa. Bagi pihak yang menyewakan harus menyediakan barang yang disewa, sementara pihak yang menyewa harus memelihara barang yang disewanya.

- Prinsip bagi hasil

Pada prinsip bagi hasil ini, keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha yang diambil dari nisbah bagi hasil yang telah disepakati. Produk pembiayaan yang didasarkan pada prinsip bagi hasil adalah:

- 1) Musyarakah

Musyarakah adalah pembiayaan yang dilakukan pihak bank untuk membiayai suatu proyek bersama antara nasabah dan bank. Nasabah dapat mengajukan proposal kepada bank untuk mendanai suatu proyek dan kemudian disepakati berapa modal dari bank dan berapa modal dari nasabah. Serta ditentukan pula bagi hasil bagi masing-masing pihak berdasarkan presentase pendapatan atau keuntungan dari usaha yang dikembangkan sesuai dengan kesepakatan.

- 2) Mudaraba

Mudaraba adalah pembiayaan yang dilakukan pihak bank untuk membiayai 100 % kebutuhan dana dari suatu proyek atau usaha, sementara nasabah dengan keahliannya menjalankan usaha tersebut dan bertanggung jawab atas kemungkinan yang terjadi. Bank dan nasabah dapat

menentukan bagi hasilnya menurut presentase pendapatan atau keuntungan dari usaha tersebut sesuai kesepakatan.¹⁰

- Akad pelengkap

Pembiayaan akad pelengkap ditujukan untuk memperlancar pembiayaan dengan menggunakan tiga prinsip yang telah disebutkan di atas. Akad ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan. Pembiayaan prinsip akad pelengkap mempunyai jenis-jenis sebagai berikut:

- 1) Hiwalah

Hiwalah adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.

- 2) Rahn

Rahn (gadai) adalah seseorang yang meminjam harta orang lain dengan memberikan sesuatu barang miliknya yang mempunyai nilai ekonomi, seandainya terjadi kegagalan dalam pembayaran, maka orang yang meminjamkan dapat memiliki barang tersebut.

- 3) Qardh

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi qardh dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu:

- Sebagai pinjaman talangan haji, dimana nasabah calon haji diberikan pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyetoran biaya perjalanan haji.¹¹

¹⁰Wiroso, *produk perbankan syariah (dilengkapi UU no21/2008 tentang perbankan syariah)*, jakarta:2009, h.406-410

¹¹Wiroso, *produk perbankan syariah (dilengkapi UU no21/2008 tentang perbankan syariah)*, jakarta:2009, h.411-415

- Sebagai pinjaman tunai dari produk kartu kredit syariah, dimana nasabah diberi keleluasan untuk menarik uang tunai milik bank melalui ATM.
- Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil.
- Sebagai pinjaman kepada pengurus bank, dimana bank menyediakan fasilitas ini untuk memenuhi kebutuhan pengurus bank. Pengurus akan mengembalikan cicilan tersebut melalui pemotongan gaji.

4) Wakalah

Wakalah adalah penyerahan mandate kepada orang lain. Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu.

5) Kafalah

Apabila nasabah membutuhkan garansi bank, maka nasabah dapat menempatkan sejumlah uang tertentu untuk membuka garansi bank. Kafalah merupakan jaminan oleh penganggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua.

b. Produk penghimpunan dana (*founding*)

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah.

- Wadi'ah

Wadi'ah dikenal dengan prinsip titipan atau simpanan. Wadi'ah dapat juga diartikan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain. Pada dasarnya

wadi'ah berfungsi untuk titipan saja. Akan tetapi ada kasus yang memperbolehkan dana titipan diinvestasikan, dengan ketentuan bahwa dana tersebut harus dikembalikan seutuhnya kepada pemilik.

- Mudaraba

Mudaraba adalah sebuah akad kerjasama antar pihak, yaitu sahibul maal menyediakan 100% modal, sedangkan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan yang didapat akan dibagi antara kedua belah pihak, sementara kerugian ditanggung sahibul maal selama bukan merupakan kelalaian pihak pengelola.¹²

- c. Produk jasa (*service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediaries (*penghubung*) antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan. Jasa tersebut antara lain:

- Sharf (*jual beli valuta asing*)

Sharf adalah transaksi pertukaran antara uang dengan uang. Pengertian pertukaran uang yang dimaksud disini yaitu pertukaran valuta asing, dimana mata uang asing dipertukarkan dengan mata uang domestik atau mata uang lainnya.

- Jualah

¹²Wirosa, *produk perbankan syariah (dilengkapi UU no21/2008 tentang perbankan syariah)*, jakarta:2009, h.416-420

Jualah adalah suatu kontrak dimana pihak pertama menjanjikan imbalan tertentu kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas/pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama. Prinsip ini dapat diterapkan oleh bank dalam menawarkan berbagai pelayanan dengan mengambil fee dari nasabah, seperti referensi bank, informasi usaha dan lain sebagainya.¹³

3. Model Perilaku Konsumen

Model perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu skema atau kerangka kerja yang disederhanakan untuk menggambarkan aktivitas konsumen. Model perilaku konsumen dapat pula diartikan sebagai kerangka kerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini oleh konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Model dirancang untuk bermacam-macam tujuan yang secara umum ada dua tujuan utama, yakni:

- 1) Untuk mengembangkan teori dalam penelitian perilaku konsumen,
- 2) Untuk mempermudah dalam mempelajari apa yang telah diketahui mengenai perilaku konsumen.

Fungsi model perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Deskriptif, yaitu fungsi yang berhubungan dengan pendalaman mengenai langkah-langkah yang diambil konsumen dalam memutuskan suatu pembelian.

¹³Wirosa, *produk perbankan syariah (dilengkapi UU no21/2008 tentang perbankan syariah)*, jakarta:2009, h.421-422

- 2) Prediksi, yaitu meramalkan kejadian-kejadian dari aktivitas konsumen pada waktu yang akan datang.
- 3) Explanation, yaitu mempelajari sebab-sebab dari beberapa aktivitas pembelian, seperti mempelajari mengapa konsumen sering membeli barang dagangan dengan merek yang sama.
- 4) Pengendalian, yaitu mempengaruhi dan mengendalikan aktivitas-aktivitas konsumen pada masa yang akan datang.¹⁴

Salah satu model perilaku konsumen yang memusatkan pada proses keputusan yang melibatkan konsumen dalam mempertimbangkan mengenai produk dan jasa yang dipilih adalah model perilaku konsumen *howard* dan *sheth*. Tujuan model ini adalah untuk menjelaskan bagaimana konsumen membandingkan dan memilih satu produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu, model ini mengandung informasi *exogenous variables* yang terdiri dari proses pengamatan dan proses belajar (*learning processes*). Melalui model ini konsumen bisa mendasarkan keputusannya untuk membeli barang dan atau jasa. Sejalan dengan tujuan dari penelitian ini, maka berikut diuraikan tentang perilaku konsumen menurut Islam.

- Perilaku Konsumen Dalam Islam

Islam mengajarkan bahwa perilaku konsumen menekankan kepada sikap untuk mengutamakan kepentingan orang lain. Semangat ini sejalan dengan prinsip-prinsip Islam dalam berkonsumsi, yaitu prinsip keadilan,

¹⁴Ghozali Maski, “*analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang*”: Journal of Indonesian applied economics, Universitas Bariwijaya. Vol. 4, No. 1, 2010, h. 45

kebersihan, kesederhanaan, murah hati, dan moralitas. Islam tidak menganjurkan ummatnya untuk mencintai materi tetapi menganjurkan untuk mengurangi kebutuhan materi untuk memenuhi kebutuhan spiritualnya. Sehingga dalam Islam, pemenuhan kebutuhan batiniah merupakan cita-cita tertinggi manusia dalam hidupnya dengan tidak meninggalkan pemenuhan kebutuhan jasmaninya.¹⁵

Perilaku manusia dalam suatu sistem ekonomi yang Islami bersumber dari tujuan hidup dan sendi-sendi dasar. Tujuan hidup untuk memperoleh kesejahteraan lahir dan batin, dunia dan akhirat, serta sendi dasar atas kebenaran dan keadilan melahirkan perilaku konsumen maupun perilaku produsen. Ada dua ciri perilaku konsumen dalam Islam adalah: Pertama, perilaku seorang konsumen yaitu dia tidak bertujuan memaksimalkan kepuasan lahir, kecuali sampai batas yang moderat. Hal ini tidak berarti bahwa Islam membenarkan seseorang mengabaikan kebutuhan fisik atau biologisnya. Pemenuhan kebutuhan fisik secara wajar menjadi kewajiban setiap orang, keluarga dan pemerintah. Kedua, benda dan jasa alat pemuas kebutuhan tersebut harus halal, baik halal zatnya maupun halal cara memperolehnya. Halal zat merupakan *necessary condition* sedang halal cara memperolehnya merupakan *sufficient conditionnya*. Sejalan dengan penelitian ini, perilaku ini terkait dengan syarat perlu dan syarat kecukupan dari terpilihnya produk jasa perbankan oleh konsumen diasumsikan terpenuhi.

¹⁵Ghozali Maski, “*analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang*”: Journal of Indonesian applied economics, Universitas Bariwijaya. Vol. 4, No. 1, 2010, h. 46

4. Teori Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu:

- 1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan
- 2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik
- 3) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekati pada tujuan tersebut.¹⁶

Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

- Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain sebagai berikut:
 - 1) Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional.

¹⁶Ghozali Maski, “*analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang*”: Journal of Indonesian applied economics, Universitas Bariwijaya. Vol. 4, No. 1, 2010, h. 47

- 2) Sesuatu yang bersifat futuristic, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, di mana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.
- Sedangkan tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:
 - 1) Tujuan yang bersifat tunggal.
 - 2) Tujuan yang bersifat ganda.
 - Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:¹⁷
 - 1) Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu.
 - 2) Identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif-alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut.
 - 3) Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya.

¹⁷Ghozali Maski, "analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang": Journal of Indonesian applied economics, Universitas Bariwijaya. Vol. 4, No. 1, 2010, h. 47

- 4) Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.

5. Keputusan Memilih Bank

Bank merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Dewasa ini, persaingan antar bank sangat ketat, sehingga perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini harus memahami nasabah ataupun calon nasabahnya dengan baik. Oleh karena itu pihak manajemen bank harus mengetahui tentang proses penilaian informasi terhadap pemilihan suatu bank dari calon nasabahnya. Untuk itu, keputusan pemilihan bank didasarkan kepada:¹⁸

- 1) Karakteristik Bank.
- 2) Pemberian bobot pada kepentingan pada ciri-ciri yang relevan di mana banyak calon nasabah lebih mementingkan pada tingkat kesehatan suatu bank.
- 3) Kepercayaan akan merk bank.
- 4) Fungsi utilitas.
- 5) Prosedur evaluasi.

Ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dijadikan pijakan dalam memilih penyedia jasa, meliputi:

- 1) Keandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.

¹⁸Ghozali Maski, “*analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang*”: Journal of Indonesian applied economics, Universitas Bariwijaya. Vol. 4, No. 1, 2010, h. 48

- 2) Daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat.
- 3) Kepastian, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- 4) Empati, yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
- 5) Berwujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan personil dan materi komunikasi.¹⁹

6. Konsep dasar dalam sistem sosial budaya

Sistem sosial budaya merupakan konsep untuk menelaah asumsi-asumsi dasar dalam kehidupan masyarakat. Pemberian makna konsep sistem sosial budaya dianggap penting karena tidak hanya untuk menjelaskan apa yang dimaksud dengan sistem sosial budaya itu sendiri tetapi memberikan eksplanasi deskripsinya melalui kenyataan di dalam kehidupan masyarakat.

- 1) Sistem sosial budaya merupakan pola-pola keteraturan; kesatuan yang terdiri dari komponen atau elemen yang saling berhubungan dengan masyarakat. Segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri.
- 2) Sosial berarti segala sesuatu yang beralian dengan sistem hidup bersama atau hidup bermasyarakat dari orang atau sekelompok orang yang

¹⁹Ghozali Maski, “*analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang*”: *Journal of Indonesian applied economics*, Universitas Bariwijaya. Vol. 4, No. 1, 2010, h. 48

didalamnya sudah tercakup struktur, organisasi, nilai-nilai sosial, dan aspirasi hidup serta cara mencapainya.

- 3) Budaya berarti cara atau sikap hidup manusia dalam hubungannya secara timbal balik dengan alam dan lingkungan hidupnya yang didalamnya tercakup pula segala hasil dari cipta, rasa, karsa, dan karya, baik yang fisik materil maupun yang psikologis, idiil, dan spiritual.

Jadi, konsep dalam sistem sosial budaya dapat dideskripsikan sebagai suatu pemikiran dan ide yang berisikan mengenai komponen-komponen pembentuk kebudayaan suatu masyarakat.

Kehidupan masyarakat sebagai sistem sosial dan budaya. Kehidupan masyarakat dipandang sebagai suatu sistem atau sistem sosial, yaitu suatu keseluruhan bagian atau unsur-unsur yang saling berhubungan dalam suatu kesatuan.²⁰

a. Sistem sosial

- Alvin L. Bertrand, suatu sistem sosial terdapat; dua orang atau lebih, terjadi interaksi antara mereka, bertujuan, dan memiliki struktur, harapan-harapan bersama yang didomaninya. Dalam sistem sosial pada umumnya terdapat proses yang saling memengaruhi. Hal ini disebabkan karena adanya saling keterkaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya.
- Margono Slamet, sistem sosial dipengaruhi oleh ekologi; demografi; kebudayaan; kepribadian; waktu, sejarah, dan latar belakang.

²⁰Word to pdf – unregistered, *sistem sosial budaya Indonesia*, fisp uns:2008, h.1-2

Ciri utama sistem sosial menerima unsur-unsur dari luar (terbuka). Namun juga menimbulkan terjalinnya ikatan antarunsur-unsur dengan unsur lainnya (internal) dan saling pertukaran antara sistem sosial itu sendiri dengan lingkungannya (eksternal). Adapun proses dalam sistem sosial adalah sebagai berikut; Komunikasi, memelihara tapal batas, penjalinan sistem, sosialisasi, pengawasan sosial, pelembagaan, dan perubahan sosial.

b. Sistem budaya

- Kehidupan Masyarakat Sebagai Sistem Budaya:
 - a) Mempelajari ttg sistem bertindak → perilaku.
 - b) Unsur perilaku → “gerak sosial”.
 - c) 4 syarat; untuk mencapai tujuan tertentu, terjadi pada situasi tertentu, diatur kaidah tertentu, dan didorong motivasi tertentu.
- Hakikat beberapa subsistem tersebut sebagai pengaturan/cybernetic order, tiap subsistem yang berada di atasnya menjadid pengatur untuk subsistem dibawahnya.²¹
- Gerak sistem budaya:
 - a) Latent Patern Maintenance (L) atau fungsi mempertahankan pola. Subsistem budaya memberi jawaban terhadap masalah dari faktor-faktor falsafah hidup.
 - b) Integration (I) atau fungsi integrasi mencakup faktor-faktor penting dalam mencapai keadaan serasi antar sistem.

²¹Word to pdf – unregistered, *sistem sosial budaya Indonesia*, fisp uns:2008, h.3

- c) Goal attainment (G) atau fungsi mencapai tujuan. Faktor penentu; Pengembangan sistem untuk menjunjung nilai dan kaidah dan pengorganisasian untuk mencapai tujuan bersama.
- d) Adaptation (A) atau fungsi adaptasi. Mencakup pengarahan dan penyesuaian kebutuhan pokok manusia dengan keadaan sekitar.
- Unsur pokok subsistem sosial budaya; Kepercayaan, perasaan dan pikiran, tujuan, kaidah, kedudukan dan peranan, pengawasan, sanksi, fasilitas, kelestarian dan kelangsungan hidup serta keserasian kualitas kehidupan dengan lingkungan.²²

7. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

a. Faktor Budaya

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.

Karakteristik budaya adalah: *“culture is man-made, culture is learned, culture is prescriptive, culture is socially shared, culture are similiar but difference, culture is gratifying and persistent, culture is adaptive, culture is organized and integrated”*. (Kebudayaan adalah hasil karya manusia, proses belajar, mempunyai aturan/ berpola, bagian dari masyarakat, menunjukkan kesamaan tertentu tetapi pula terdapat variansi- variansinya, pemenuhan

²²Word to pdf – unregistered, *sistem sosial budaya Indonesia*, fisp uns:2008, h.4

kepuasan dan kemantapan atau ketetapan, penyesuaian, terorganisasi dan terintegrasi secara keseluruhan).²³

1) Budaya

Sub- budaya dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Anak- anak yang sedang bertumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, prefensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga- lembaga lainnya.²⁴ Anak- anak yang dibesarkan di Amerika Serikat sangat terpengaruh oleh nilai- nilai sebagai berikut: prestasi dan keberhasilan, aktivitas, efisiensi dan keraktisan, kemajuan, kenikmatan materi, individualisme, kebebasan, kenikmatan eksternal, humanism, dan berjiwa muda. Masing- masing budaya terdiri dari sejumlah sub- budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Sub- budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis. Ketika subkultur menjadi besar dan cukup makmur, perusahaan sering merancang program pemasaran secara khusus untuk melayani mereka. Pemasaran lintas budaya muncul dari riset pemasaran yang cermat, yang menyingkapkan bahwa relung etnis dan demografik yang berbeda tidak selalu menanggapi dengan baik iklan pasar- massal. Pada dasarnya, semua masyarakat manusia memiliki stratifikasi sosial, stratifikasi tersebut kadang- kadang terbentuk sistem kasta dimana para anggota kasta yang berbeda diasuh dengan mendapatkan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kastanya. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas

²³Anwar prabumangkunegara, *sumber daya manusia perusahaan*, bandung, remaja rosdakarya:2005, h.39-40

²⁴Keller&Kotler, *manajemen pemasaran (edisi 12 jilid 1)*, Jakarta, Pt.indeks:2007, h.214

sosial, pembagian masyarakat yang relative homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku serupa.²⁵

2) Kelas sosial

Pemikiran dalam teori sosial Max Weber mengatakan, individu manusia dalam masyarakat merupakan aktor yang kreatif dan realitas sosial bukan merupakan alat yang statis dari pada paksaan fakta sosial. Artinya tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma, kebiasaan, nilai, dan sebagainya yang tercakup di dalam konsep fakta sosial.

Walaupun pada akhirnya Weber mengakui bahwa dalam masyarakat terdapat struktur sosial dan pranata sosial. Dikatakan bahwa struktur sosial dan pranata sosial merupakan dua konsep yang saling berkaitan dalam membentuk tindakan sosial.

Max Weber mendefinisikan sosiologi sebagai ilmu tentang institusi sosial, sosiologi Weber adalah ilmu tentang perilaku sosial. Menurutnya terjadi suatu pergeseran tekanan ke arah keyakinan, motivasi, dan tujuan pada diri anggota masyarakat, yang semuanya memberi isi dan bentuk kepada kelakuannya. Kata perikelakuan dipakai oleh Weber untuk perbuatan-perbuatan yang bagi si pelaku mempunyai arti subyektif. Pelaku hendak mencapai suatu tujuan atau ia didorong oleh motivasi. Perikelakuan menjadi sosial menurut Weber terjadi hanya kalau dan sejauh mana arti maksud subyektif dari tingkahlaku membuat individu memikirkan

²⁵Keller&Kotler, *manajemen pemasaran (edisi 12 jilid 1)*, Jakarta, Pt.indeks:2007, h.215-

dan menunjukkan suatu keseragaman yang kurang lebih tetap.

interaksi sosial merupakan perilaku yang bisa dikategorikan sebagai tindakan sosial. Dimana tindakan sosial merupakan proses aktor terlibat dalam pengambilan keputusan subjektif tentang sarana dan cara untuk mencapai tujuan tertentu yang telah dipilih, tindakan tersebut mengenai semua jenis perilaku manusia, yang di tujukan kepada perilaku orang lain, yang telah lewat, yang sekarang dan yang diharapkan diwaktu yang akan datang. tindakan sosial (*social action*) adalah tindakan yang memiliki makna subjektif (*a subjective meaning*) bagi dan dari aktor pelakunya.

Tindakan sosial seluruh perilaku manusia yang memiliki arti subjektif dari yang melakukannya. Baik yang terbuka maupun yang tertutup, yang diutarakan secara lahir maupun diam-diam, yang oleh pelakunya diarahkan pada tujuannya. Sehingga tindakan sosial itu bukanlah perilaku yang kebetulan tetapi yang memiliki pola dan struktur tertentu dan makna tertentu.

Weber secara khusus mengklasifikasikan tindakan sosial yang memiliki arti subjektif tersebut kedalam empat tipe. Atas dasar rasionalitas tindakan sosial, Weber membedakan tindakan sosial manusia ke dalam empat tipe, semakin rasional tindakan sosial itu semakin mudah dipahami;

1. Tindakan Rasionalitas Instrumental (*Zwerk Rational*)

Tindakan ini merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan seseorang didasarkan atas pertimbangan dan pilihan sadar yang

berhubungan dengan tujuan tindakan itu dan ketersediaan alat yang dipergunakan untuk mencapainya. Contohnya : Seorang siswa yang sering terlambat dikarenakan tidak memiliki alat transportasi, akhirnya ia membeli sepeda motor agar ia datang kesekolah lebih awal dan tidak terlambat. Tindakan ini telah dipertimbangkan dengan matang agar ia mencapai tujuan tertentu. Dengan perkataan lain menilai dan menentukan tujuan itu dan bisa saja tindakan itu dijadikan sebagai cara untuk mencapai tujuan lain.

2. Tindakan Rasional Nilai (*Werk Rational*)

Tindakan rasional nilai memiliki sifat bahwa alat-alat yang ada hanya merupakan pertimbangan dan perhitungan yang sadar, sementara tujuannya sudah ada di dalam hubungannya dengan nilai-nilai individu yang bersifat absolut. Contoh : perilaku beribadah atau seseorang mendahulukan orang yang lebih tua ketika antri sembako. Artinya, tindakan sosial ini telah dipertimbangkan terlebih dahulu karena mendahulukan nilai-nilai sosial maupun nilai agama yang ia miliki.

3. Tindakan Afektif (*Affectual Action*)

Tipe tindakan sosial ini lebih didominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan sadar. Tindakan afektif sifatnya spontan, tidak rasional, dan merupakan ekspresi emosional dari individu. Contohnya: hubungan kasih sayang antara dua remaja yang sedang jatuh cinta atau sedang dimabuk asmara. Tindakan ini biasanya terjadi atas rangsangan dari luar yang bersifat otomatis sehingga bias.

4. Tindakan Tradisional (*Traditional Action*)

Dalam tindakan jenis ini, seseorang memperlihatkan perilaku tertentu karena kebiasaan yang diperoleh dari nenek moyang, tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan.

Kedua tipe tindakan yang terakhir sering hanya menggunakan tanggapan secara otomatis terhadap rangsangan dari luar. Karena itu tidak termasuk kedalam jenis tindakan yang penuh arti yang menjadi sasaran penelitian sosiologi. Namun demikian pada waktu tertentu kedua tipe tindakan tersebut dapat berubah menjadi tindakan yang penuh arti sehingga dapat dipertanggungjawabkan untuk dipahami.

Tindakan sosial menurut Max Weber adalah suatu tindakan individu sepanjang tindakan itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Suatu tindakan individu yang diarahkan kepada benda mati tidak masuk dalam kategori tindakan sosial, suatu tindakan akan dikatakan sebagai tindakan sosial ketika tindakan tersebut benar-benar diarahkan kepada orang lain (individu lainnya).

Dengan membatasi suatu perbuatan sebagai suatu tindakan sosial, maka perbuatan-perbuatan lainnya tidak termasuk ke dalam obyek penyelidikan sosiologi. Tindakan nyata tidak termasuk tindakan sosial kalau secara khusus diarahkan kepada obyek mati. Karena itu pula Weber mengeluarkan beberapa jenis interaksi sosial dari teori aksinya. Beberapa asumsi fundamental teori aksi (*action theory*) antara lain :

- a. Tindakan manusia muncul dari kesadaran sendiri sebagai subjek dan dari situasi eksternal dalam posisinya sebagai objek.
- b. Sebagai subjek manusia bertindak atau berperilaku untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.
- c. Dalam bertindak manusia menggunakan cara teknik prosedur, metode serta perangkat yang diperkirakan cocok untuk mencapai tujuan tersebut.
- d. Kelangsungan tindakan manusia hanya di batasi oleh kondisi yang tak dapat di ubah dengan sendirinya.
- e. Manusia memilih, menilai, dan mengevaluasi terhadap tindakan yang sedang terjadi dan yang akan dilakukan.
- f. Ukuran-ukuran, aturan-aturan atau prinsip-prinsip moral diharapkan timbul pada saat pengambilan keputusan.

Sedangkan dalam kelas sosial memiliki beberapa kategori yakni pertama, orang yang dalam kelas sosial yang sama cenderung berperilaku lebih seragam daripada orang-orang dari dua kelas sosial yang berbeda. Kedua, orang merasa dirinya menempati posisinya yang inferior atau superior dikelas sosial mereka. Ketiga, kelas sosial ditandai oleh sekumpulan variabel-variabel seperti: pekerjaan, penghasilan, kesejahteraan, pendidikan dan orientasi nilai bukan satu variabel. Keempat, individu dapat pindah dari satu tangga ke tangga lain pada kelas sosialnya selama masa hidup mereka. Besarnya mobilitas itu berbeda-beda tergantung pada seberapa kaku stratifikasi sosial dalam masyarakat tertentu. Kelas sosial,

didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam kelas sosial yang berbeda dengan status sosial walaupun sering kedua istilah ini diartikan sama. Sebenarnya kedua istilah tersebut merupakan dua konsep yang berbeda. Contohnya, walaupun seorang konsumen berada pada kelas sosial yang sama, memungkinkan status sosialnya berbeda, atau yang satu lebih tinggi status sosialnya dari pada yang lainnya.²⁶

b. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor- faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial.

1) Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki langsung (*tatap muka*) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja yang berinteraksi dengan seseorang secara terus- menerus dan informal. Orang juga menjadi anggota kelompok sekunder , seperti kelompok keagamaan, profesi, dan asosiasi kelompok perdagangan, yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.²⁷

Kelompok acuan membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya hidup baru dan mempengaruhi perilaku serta konsep pribadi seseorang;

²⁶Anwar prabumangkunegara, *sumber daya manusia perusahaan*, bandung, remaja rosdakarya:2005, h.41-42

²⁷Keller&Kotler, *manajemen pemasaran (edisi 12 jilid 1)*, Jakarta, Pt.indeks:2007, h.220

kelompok acuan menuntut orang untuk mengikuti kebiasaan kelompok sehingga dapat mempengaruhi pilihan seseorang akan produk dan merek actual. Orang juga dipengaruhi oleh berbagai kelompok diluar kelompok mereka. Kelompok aspirasi adalah kelompok yang ingin dimasuki seseorang; kelompok disosiasi adalah kelompok yang nilai atau perilakunya ditolak oleh seseorang. Perusahaan manufaktur yang produk dan mereknya sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan harus menentukan cara menjangkau dan mempengaruhi para pemimpin opini dikelompok acuan itu.²⁸

2) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan membeli. Keluarga orientasi terdiri dari orang tua, dan saudara kandung seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan orientasi atas agama, politik dan ekonomiserta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Walaupun pembeli tersebut tidak lagi berinteraksi secara mendalam dengan orangtuanya, pengaruh orang tua terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan. Di negara- negara dimana orang tua tinggal dengan anak- anak mereka yang sudah dewasa, pengaruh orang tua dapat menjadi sangat besar. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi yaitu pasangan dan anak seorang. Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya

²⁸Keller&Kotler, *manajemen pemasaran (edisi 12 jilid 1)*, Jakarta, Pt.indeks:2007, h.221

sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.²⁹

3) Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya- keluarga, club, dan organisasi. Kedudukan orang itu masing- masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status. Seorang wakil dirut pemasaran senior memiliki status yang lebih tinggi dari pada manajer penjualan. Orang-orang memilih produk yang dapat mengomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat.³⁰

C. *Kerangka Pikir*

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.³¹

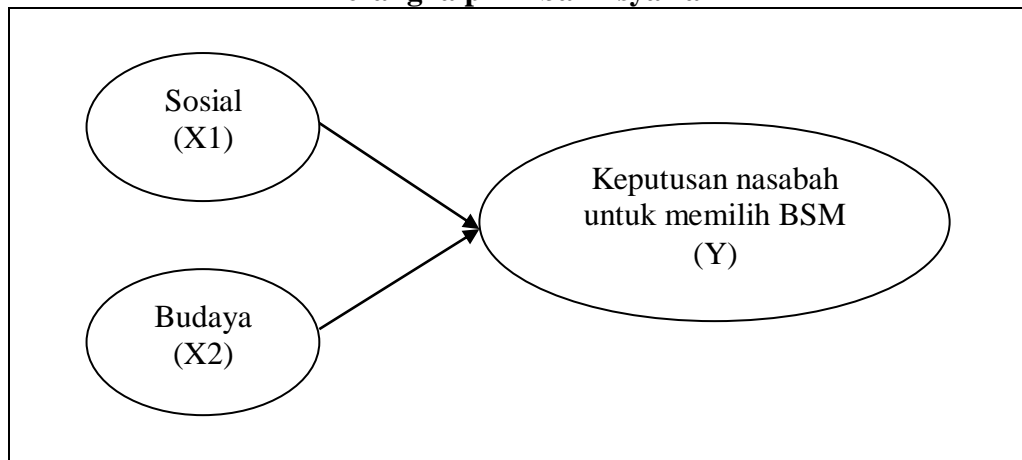
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian diatas maka penelitian ini ditujukan keputusan nasabah. Untuk memperjelas jalur pikiran penulis, maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:

²⁹Anwar prabumangkunegara, *sumber daya manusia perusahaan*, bandung, remaja rosdakarya:2005, h.44

³⁰Keller&Kotler, *manajemen pemasaran (edisi 12 jilid 1)*, Jakarta, Pt.indeks:2007, h.225

³¹Sugiyono, *metode penelitian kualitatif kuantitatif R&D*, Bandung, Alfabeta: 2009, h.88

Gambar.1
Kerangka pikir bank syariah



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar dan kemungkinan juga salah.³² Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah pada BSM di Kota Palopo, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H1 = terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor budaya dan sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah pada BSM di Kota Palopo

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor budaya dan sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah pada BSM di Kota Palopo.

³²Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif*, Bandung:2005, h.45

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penafsiran. Isi rencana analisis data selalu didasarkan pada rencana penelitian yang telah dirumuskan dan data yang sudah diolah.³³

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Lokasi penelitian ini dilakukan Pada BSM terletak pada Jl. Manunggal kota Palopo.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 16 januari sampai 18 februari 2018. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

D. Sumber data

Penelitian merupakan aktivitas ilmiah yang sistematis, tararah, dan bertujuan, maka data yang dikumpulkan harus relevan dengan permasalahan yang dihadapi. Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari dua (2) jenis yaitu:

- a. Data primer

³³Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Bandung:alfabeta, 2012, h.7

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner, Dengan mengadakan penelitian ke BSM Kota Palopo untuk mendapatkan data tertulis mengenai keputusan nasabah, memilih menabung pada BSM Kota Palopo.

b. Data sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pokok yang diperoleh melalui buku-buku yang secara langsung membahas tentang masalah yang dikaji untuk dapat menganalisa dalam pembahasan penelitian ini, atau sumber-sumber lain yang relevan dengan kajian penelitian ini.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁴ Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.³⁵ Maka dari itu populasi dalam penelitian ini yaitu 30 nasabah Bank Syariah Mandiri.

³⁴Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, bandung:alfabeta 2012, h. 80-81

³⁵Sugiyono, *metode penelitian administrasi dan R&D*, bandung:alfabeta 2013, h.96

F. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan dari proses pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan pada penelitian survey di mana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah di isi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.³⁶

2. Observasi

Metode observasi di gunakan dalam rangka untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian ini, yakni dengan cara pengamatan secara sengaja dan langsung ke objek yang diselidiki. Observasi atau pengamatan dilakukan dengan mengamati langsung objek yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai keputusan nasabah dalam memilih BSM Kota Palopo.

G. Teknik pengolahan dan analisis data

Setelah mengumpulkan data maka dilakukan suatu analisis yang merupakan hal terpenting dalam metode ilmiah yang berguna untuk memecahkan masalah. Analisis data meliputi kegiatan meringkas data yang telah diperoleh menjadi suatu jumlah yang dapat dikelola.

1. Analisis deskriptif adalah suatu analisis yang menguraikan tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang berpengaruh terhadap minat beli

³⁶Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Cet 2, Bandung: Alfabet, cv, 2014), h. 71

kendaraan melalui kuesioner yang dibagikan, dengan menggunakan skala likert. Skala likert secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian yaitu: (a) sangat setuju, (b) setuju, (c) ragu-ragu, (d) tidak setuju, (e) sangat tidak setuju. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain.

2. Pengujian Instrumen penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini berupa kuesioner, kuesioner ini akan diukur dengan menggunakan metode skala Likert (*Likert's Summated Ratings*). Menurut Sugiyono, Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.³⁷

Instrumen penelitian (kuisisioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel.

2.1 Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator total skor variabel.³⁸ Instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang

³⁷ Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, h. 132.

³⁸ *Ibid.*, h. 172.

seharusnya diukur, apabila validitas setiap pertanyaan lebih besar dari 0,30 maka butiran pernyataan dianggap valid.

Tabel 3.1
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Faktor Sosial (X1)	Soal 1	,636	,625	Valid
	soal 2	,586	,623	Valid
	Soal 3	,642	,623	Valid
	Soal 4	,410	,637	Valid
	Soal 5	,141	,657	Valid
	Soal 6	,124	,658	Valid
	Soal 7	,081	,662	Valid
Faktor Budaya (X2)	Soal 8	,380	,647	Valid
	Soal 9	,269	,650	Valid
	Soal 10	,099	,659	Valid
	Soal 11	,069	,661	Valid
	Soal 12	,301	,648	Valid
	Soal 13	,250	,652	Valid
	Soal 14	,119	,658	Valid
	Soal 15	,261	,649	Valid
Keputusan (Y)	Soal 16	,070	,660	Valid
	Soal 17	,310	,651	Valid
	Soal 18	,060	,661	Valid
	Soal 19	,125	,658	Valid
	Soal 20	,257	,652	Valid
	Soal 21	,049	,663	Valid

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS

2.2 Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,5$. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen

penelitian tersebut dapat dikatakan valid atau reliabel untuk variabel yang akan diukur, sehingga penelitian ini mendukung hipotesis.

Tabel 3.2
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,660	22

3. Uji asumsi klasik

Uji Asumsi Klasik Untuk mengetahui apakah model yang dihasilkan merupakan model yang menghasilkan estimator linier tidak bias terbaik maka perlu dilakukan pengujian gejala penyimpangan asumsi model klasik.

4.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak.

Untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak sebaiknya di gunakan uji normalitas, belum tentu data lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, demikian juga sebaliknya.

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas, jika nilai sig (signifikan) > 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Namun apabila nilai sig (signifikan) < 0,05, maka dipastikan data tidak berdistribusi normal.³⁹

4.2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada t dengan kesalahan pengganggu pada periode t (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi yakni dengan uji Durbin-Watson (Uji DW), dengan ketentuan jika d lebih kecil dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi, namun jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi, serta jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

4.3. Uji heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain. Pengujian heteroskedastisitas melalui metode glejser ($|u_i| = \alpha + \beta X_i + v_i$) dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya.

³⁹Suliyanto, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: ANDI, 2011), h 85

Jika β signifikan maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap nilai residual mutlak sehingga dinyatakan bahwa terdapat gejala heterokedastisitas. Begitupun sebaliknya.⁴⁰

4.4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk apakah model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Uji multikolinearitas dengan melihat nilai TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap terhadap variabel 26 terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinier.⁴¹

4. Regresi linier berganda

Regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁴²

⁴⁰Suliyanto, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: ANDI, 2011), h 98

⁴¹Suliyanto, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: ANDI, 2011), h 90.

⁴² Duwi Priyanto, *Cara kilat belajar analisis data dengan spss 20*, (Ed. 1, Yogyakarta: CV. Andi offset, 2012), h. 117.

Persamaan regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

X1 = Faktor sosial (variabel bebas)

X2 = Faktor budaya (variabel bebas)

a = Konstanta.

b1b2 = Koefisien regresi.

Y = keputusan nasabah (Variabel terikat).

5. Pengujian hipotesis

a. Uji-t (parsial)

Priyatno Menyatakan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai t hitung dengan table. Dalam hal ini peneliti akan menguji anantara variabel sosial (X1) budaya (X2) terhadap Kinerja karyawan (Y).

b. Uji-f (simultan)

Uji f bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X1X2) secara bersama-sama atau secara serempak (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan nilai F hitung dan F tabel, jika nilai F hitung > F tabel maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). jika nilai F hitung < F tabel maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Diskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran umum Kota Palopo

Kota Palopo adalah sebuah kota di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Palopo sebelumnya berstatus kota administratif sejak 1986 dan merupakan bagian dari Kabupaten Luwu yang kemudian berubah menjadi kota pada tahun 2002 sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 tanggal 10 April 2002.

Pada awal berdirinya sebagai kota otonom, Palopo terdiri atas 4 kecamatan dan 20 kelurahan. Kemudian, pada tanggal 28 April 2005, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palopo Nomor 03 Tahun 2005, dilaksanakan pemekaran menjadi 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Kota ini memiliki luas wilayah 247,52 km² dan pada akhir 2015 berpenduduk sebanyak 168.894 jiwa.

Dalam perkembangannya, maka perlahan-lahan membuka kluster kampung tingkat kedua, yakni Surutanga. Luasan wilayah kluster kedua ini sekitar 18 ha, dan diyakini dulunya menjadi pemukiman rakyat dengan aktifitas sosial-ekonomi yang intensif. Menurut penelitian, diduga bahwa Kampung Surutanga ini dihuni hampir semua golongan rakyat. Dengan lokasi yang dekat dengan pantai dan areal persawahan, maka sebagian besar masyarakat Surutanga saat itu bekerja sebagai nelayan dan petani. Pada konteks awal perkembangan Palopo ini, batas kota diyakini berada melingkar

antara makam Jera' Surutanga di selatan, makam Malimongan di sisi barat, dan makam raja Lokkoe di utara Sungai Boting.

Perkembangan Palopo kemudian dilanjutkan dengan tumbuhnya Kampung Benturu sebagai kluster tingkat ketiga seluas 5 ha. Pemukiman Benturu kala itu dilingkungi benteng pertahanan yang terbuat dari tanah menyerupai parit. Tinggi rata-rata dinding benteng 2 meter dan lebar rata-rata 7 meter. Panjang benteng tidak kurang 5 kilometer menghadap pantai. Benteng ini disebut Benteng Tompotikka, yang bermakna “tempat matahari terbit”. Lokasi benteng ini diyakini berada di sekitar Kompleks Perumahan Beringin Jaya. Kala itu, dalam areal benteng ini terdapat jalan setapak sepanjang 1500 meter yang membujur timur-barat. Namun demikian, Kampung Benturu ini diyakini tidak sezaman dengan Surutanga dan Lalebbata. Benteng diperkirakan dibangun pada abad XIX untuk persiapan menghadapi Belanda.

2. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri (BSM) didirikan dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain. Kedekatan nasabah akan diimbangi dengan keterbukaan dalam layanan produk BSM sesuai Syariah modern dan universal.

Bank Syariah Mandiri cabang palopo didirikan pada tanggal 28 Desember 2009 atas dasar Islam dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam.

Dengan didasari keinginan syariah mandiri untuk mengembangkan cabang di wilayah palopo sekaligus bisnis secara syariah untuk memasyarakatkan ekonomi syariah.

Bank Syariah Mandiri yang berlokasi di Jl. Dr. Ratulangi, Palopo. Sebagaimana Bank Syariah Mandiri pusat, Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Palopo tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya.

Prinsip yang diikuti oleh Bank Islam Adalah :

- 2.1. Larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi.
- 2.2. Melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan keuntungan yang sah.
- 2.3. Memberikan zakat.

Didalam menjalankan fungsinya sebagai pelayanan sistem perbankan syariah, BSM menjalankan fungsinya yang sama dengan perbankan konvensional yaitu sebagai lembaga intermediasi (penyaluran), dari nasabah pemilik dana (Sahibul Mal) dengan nasabah yang membutuhkan dana. Namun nasabah dana dalam BSM Kota Palopo diperlakukan dengan investor dan penitip dana. Dana tersebut disalurkan oleh perbankan syariah kepada nasabah pembiayaan untuk beragam keperluan, baik produktif (investasi dan modal kerja maupun konsumtif).

- i. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Tujuan pendirian Syariah Mandiri dalam mengembangkan dan menjalankan visi dan misinya adalah :

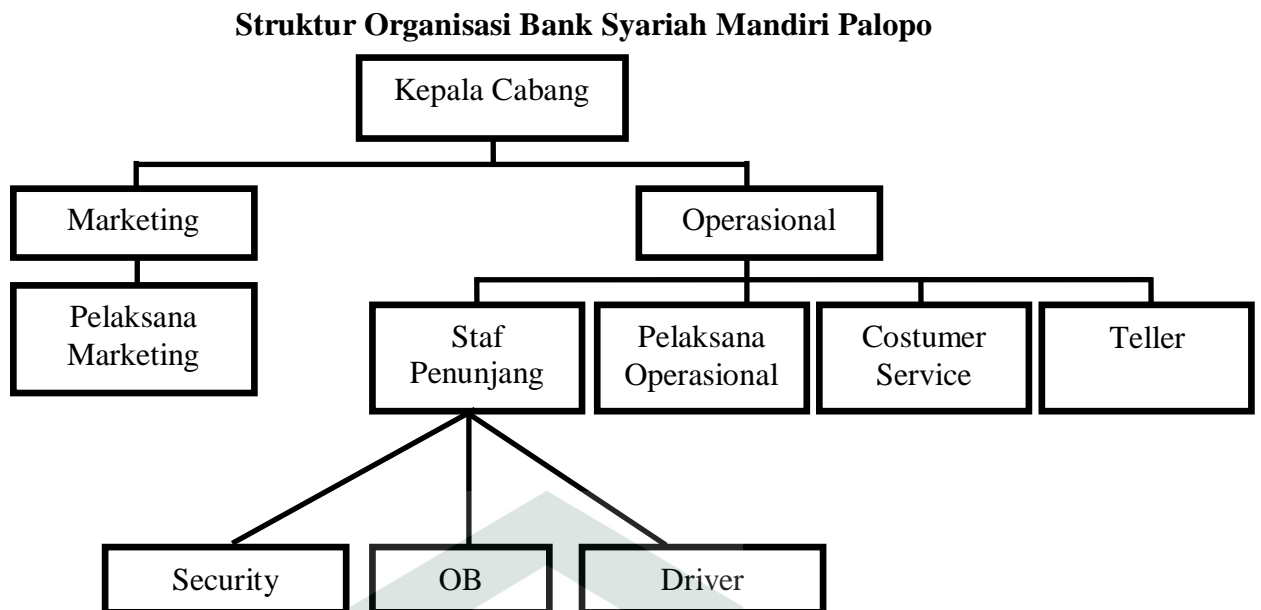
- Visi
 - Menjadi Bank Syariah terpercaya pilihan mitra usaha.
- Misi
 - ✓ Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
 - ✓ Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UKM.
 - ✓ Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat.
 - ✓ Mengembangkan nilai-nilai Syariah universal.
 - ✓ Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

ii. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri

Kantor cabang Syariah Mandiri Kota Palopo merupakan wujud dari Mandiri dalam hal Unit Usaha Syariah (UUS) dalam usahanya mengembangkan pelayanannya kepada nasabah. Sebagaimana motto Mandiri sendiri yaitu menjadi Bank Komersial terkemuka dengan mementingkan kepuasan nasabah.

Kantor Syariah Mandiri Cabang Pembantu Kota Palopo sendiri dipimpin oleh pimpinan cabang yang ditunjuk oleh UUS. Sebagaimana tercantum dibawah ini :

Gambar 4.1.



3. *Karakteristik Responden*

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia dan pendidikan. Lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut :

1) Karakteristik Berdasarkan Usia

Dari data yang masuk dapat terlihat bahwa responden yang mengisi kuesioner paling banyak berusia 21-30 dibandingkan berusia 31-40, 41-50, dan >50. Table berikut menggambarkan data usia responden dari hasil kuesioner:

Tabel 4.1.
Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
21-30	54	54%
31-40	27	27%
41-50	19	19%
>50	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber data primer diolah, 2018

Tabel 4.1 Menunjukkan bahwa sebanyak 54 responden (54%) berumur 21-30 tahun, sedangkan responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 27 responden (27%). Selanjutnya responden berusia 41-50 tahun sebanyak 19 responden (19%) dan responden yang berusia 50 tahun keatas tidak terdapat mengisi kosiuner. Dengan demikian, maka dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah pada BSM KCP Palopo lebih didominasi oleh nasabah yang telah memasuki usia dewasa dalam bertindak dan berpikir.

2) Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Dari data yang masuk dapat terlihat bahwa responden yang mengisi kuesioner paling banyak berjenis kelamin perempuan dibandingkan berjenis kelamin laki-laki. Table berikut menggambarkan data jenis kelamin responden dari hasil kuesioner:

Tabel 4.2.

Karakterisitk responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Jumlah	100	100%

Sumber data primer diolah, 2018

Tabel menunjukkan bahwa 61% responden yang menjawab kuesioner adalah nasabah berjenis kelamin perempuan dan sisanya sebesar 39% berjenis kelamin laki-laki. Kondisi ini menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak menjadi nasabah dibandingkan laki-laki pada kantor BSM Kantor Cabang Pembantu Palopo.

3) Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang ekonomi seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Sesuai hasil penelitian dengan menggunakan kuesioner ternyata responden yang diteliti termasuk dalam kategori pekerjaan lain-lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.3.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
PNS	18	18%
Pegawai Swasta	18	18%
Pedagang	10	10%
Profesi	0	0%
Lain-lain	54	54%
Jumlah	100	100%

Sumber data primer diolah, 2018

Tabel 4.2 Menunjukkan bahwa sebanyak 18 responden (18%) yang memiliki pekerjaan PNS, sedangkan responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 18 responden (18%). Responden yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 10 responden (10%). Selanjutnya responden yang berprofesi tidak terdapat saat penelitian. Dan responden yang memiliki pekerjaan lain-lain sebanyak 54 orang (54%). Dengan demikian, maka dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah pada BSM KCP Palopo lebih didominasi oleh nasabah yang memiliki pekerjaan kategori lain-lain.

4) Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

1.1. Uji Normalitas

Tabel 4.4.**Hasil Uji Normalitas****Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
FAKTOR SOSIAL	,148	100	,000	,935	100	,000
FAKTOR BUDAYA	,148	100	,000	,935	100	,000

a Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan aplikasi IBM spss statistic 22 diketahui bahwa nilai signifikan variabel sosial (X1) dan variabel budaya (X2) yaitu ,000 yang dimana nilai tersebut $< 0,05$ maka data dalam penelitian ini berdistribusi tidak normal.

1.2. Uji Autokelaras

Tabel 4.5.**Hasil Uji Autokorelasi****Model Summary(b)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,583(a)	,340	,326	2,04238	1,938

a Predictors: (Constant), FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL

b Dependent Variable: KEPUTUSAN

Dari hasil output data pada tabel 4.5 diketahui nilai DW 1,938, selanjutnya nilai dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, jumlah sampel (N=100) dan jumlah variabel independen 2 (K=2) berdasarkan tabel Durbin

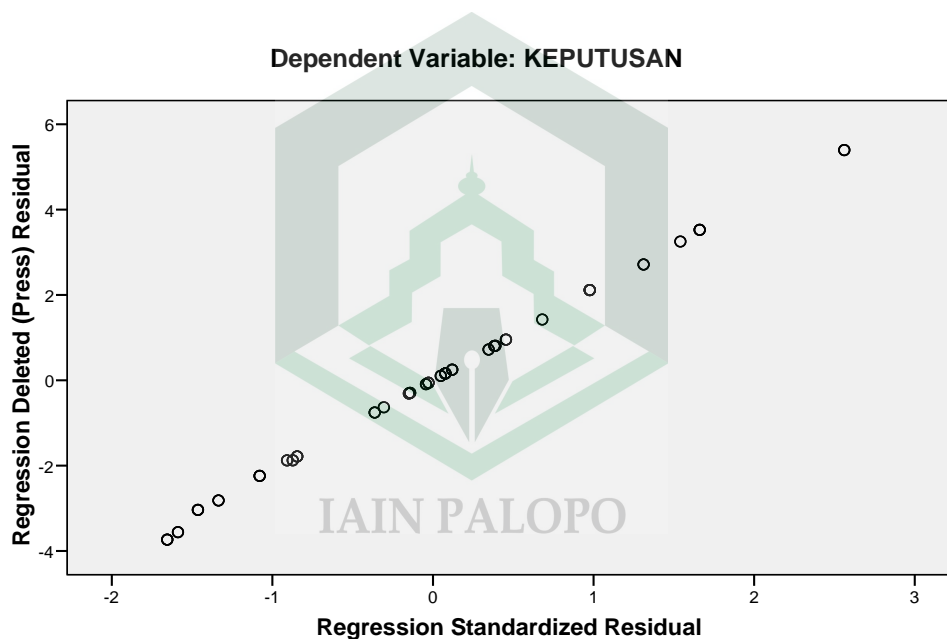
Watson signifikansi 5% maka diperoleh nilai DU 1,715 dan nilai DW 1,938 lebih besar dari batas atas nilai DU yaitu 1,715 serta kurang dari nilai 4-DU yaitu 2,285 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

1.3. Uji Heterokedastisitas

Gambar 4.6.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Berdasarkan gambar chart diatas terlihat titik yang ada didalamnya tersebar dan tidak merata . Dengan kata lain titik-titik tersebut tidak membentuk pola yang jelas atau teratur. Selain itu, titik-titik tersebut tersebar di atas angka 0 dan juga ada dibawah angka 0, baik di sumbu X maupun di sumbu Y.

Dengan demikian, tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Sehingga, model regresi tersebut layak dipakai memprediksi saham berdasarkan masukan variabel bebasnya.

1.4. Uji Multikolonieritas

Tabel 4.7.

Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,099	2,070		5,363	,000		
	FAKTOR SOSIAL	,218	,065	,339	3,323	,001	,654	1,528
	FAKTOR BUDAYA	,232	,075	,315	3,093	,003	,654	1,528

a Dependent Variable: KEPUTUSAN

Jika nilai tolerance variabel sosial (X1) dan variabel budaya (X2) yaitu 0,654 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel sosial (X1) dan variabel budaya (X2) yaitu 1,528 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas.

2. Analisis data dan pengujian hipotesis

2.1. Koefisien determinasi

Tabel 4.8.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,583(a)	,340	,326	2,04238

a Predictors: (Constant), Variabel Budaya, Variabel Sosial

Berdasarkan output data diatas hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh sosial budaya terhadap keputusan nasabah sebesar 0,340 atau sama dengan 34% dan presentase pengaruh dipengaruhi oleh variabel lain sebesar (100% - 34% = 66%).

2.2. Uji-t

Pengujian dan pembuktian secara empiris pengaruh antara variabel penelitian ini menggunakan analisis statistika inferensial yaitu analisis regresi linier berganda untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakan uji-t. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila $t_{sig} < \alpha 0,05$ maka variabel bebas tersebut berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Demikian pula sebaliknya, apabila $t_{sig} > \alpha 0,05$ maka variabel bebas tersebut berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat. Hasil analisis regresi linier berganda yang menguji pengaruh variabel sosial (X1) dan variabel budaya (X2) terhadap variabel keputusan nasabah (Y) pada BSM KC Palopo dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.9.

Hasil Uji-t

Coefficients(a)

Mode 1	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	11,099	2,070		5,363	,000
	Variabel Sosial	,218	,065	,339	3,323	,001
	Variabel Budaya	,232	,075	,315	3,093	,003

a Dependent Variable: Variabel Keputusan

Berdasarkan output data diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. Untuk variabel sosial (X1) adalah sebesar 0,001 ($<0,05$), maka dari itu variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

Selanjutnya untuk variabel budaya (X2) output data diatas menunjukkan nilai Sig. Sebesar 0,003 ($<0,05$), maka dari itu variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

2.3. Uji-f

Tabel 4.10.

Hasil Uji-f

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	208,380	2	104,190	24,978	,000(a)
	Residual	404,620	97	4,171		
	Total	613,000	99			

a Predictors: (Constant), Variabel Budaya, Variabel Sosial

b Dependent Variable: Variabel Keputusan

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (uji-F) menggunakan spss versi 22, dapat diketahui skor Fhitung sebesar 24,978 dengan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan). Skor Fhitung $> F_{tabel}$ yaitu $24,978 > 3,09$ artinya variabel sosial (X1) dan variabel budaya (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel keputusan nasabah (Y) Bank Syariah Mandiri.

5) *Pembahasan*

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh sosial budaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah mandiri, memiliki pengaruh 34%, sedangkan 66% dipengaruhi dari faktor variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Karena nilai R Square (R^2) adalah 0,340 cenderung mendekati 0 maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel amat terbatas.

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (uji-F) menggunakan spss versi 22, dapat diketahui skor Fhitung sebesar 24,978 dengan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan). Skor Fhitung $> F_{tabel}$ yaitu $24,978 > 3,09$ artinya variabel sosial (X1) dan variabel budaya (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel keputusan nasabah (Y) Bank Syariah Mandiri.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Atin Yulaifah dengan judul "*Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Study kasus pada masyarakat Ciputat pengguna jasa perbankan syariah)*", dalam penelitiannya Atin Yulaifah menyimpulkan bahwa pengaruh sosial dan budaya tidak signifikan mempengaruhi nasabah memilih bank syariah. Namun, melainkan faktor dominan yang mempengaruhi nasabah untuk memilih bank syariah mandiri yakni faktor psikologi nasabah.

Dengan mengutip kata kolter yakni "Orang sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka, sekurang-kurangnya melalui tiga cara. Kelompok acuan

membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya hidup baru dan mempengaruhi perilaku serta konsep pribadi seseorang; kelompok acuan menuntut orang untuk mengikuti kebiasaan kelompok sehingga dapat mempengaruhi pilihan seseorang akan produk dan merek actual".⁴³

Sedangkan dalam kondisi dan situasi menunjukkan hal yang berbeda pada masyarakat kota palopo, justru pengaruh sosial dan budaya yang signifikan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah mandiri.

Oleh karena itu, melihat adanya pengaruh Sosial budaya dalam keputusan nasabah, maka kehadiran perbankan syariah selain diharapkan dapat memberikan kontribusi dan dapat mengatasi kesulitan permodalan, memajukan pertumbuhan ekonomi dan lain sebagainya, bank syariah mandiri juga diharapkan menjadi suatu bank terpercaya dengan menghadirkan sistem-sistem keislaman yang berakulturasi dengan kebudayaan dan sosial kemasyarakatan masyarakat kota palopo yang notabenehnya masyoritas umat muslim.

IAIN PALOPO

⁴³Keller&Kotler, *manajemen pemasaran (edisi 12 jilid 1)*, Jakarta, Pt.indeks:2007, h.217

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa;

1. Variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Kota Palopo di tunjukkan oleh nilai probalitas $>,05$.
2. Variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Kota Palopo di tunjukkan oleh nilai probalitas $>,05$.
3. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan nilai Fhitung sebesar 24,978 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. artinya variabel sosial dan budaya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.
4. Variabel yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yaitu variabel Budaya, dimana jumlah nilai signya lebih besar 0,003 dibandingkan variabel sosial yang memiliki nilai sig 0,001.

B. Saran

Agar dapat memperoleh gambaran yang lebih mendalam serta konferhensif maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepada peneliti

- a. Peneliti berikutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah yang lebih banyak. Penggunaan data yang lebih akurat memungkinkan hasil yang lebih baik.
- b. Peneliti berikutnya diharapkan menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih valid.

2. Kepada Bank Syariah Mandiri

Kehadiran perbankan syariah selain diharapkan dapat memberikan kontribusi dan dapat mengatasi kesulitan permodalan, memajukan pertumbuhan ekonomi dan lain sebagainya, bank syariah mandiri juga diharapkan menjadi suatu bank terpercaya dengan menghadirkan sistem-sistem keislaman yang berakulturasi dengan kebudayaan dan sosial kemasyarakatan masyarakat kota palopo yang notabenehnya masyoritas umat muslim.

3. Kepada pembaca IAIN PALOPO

Dengan melihat bank syariah telah menjalankan kegiatan oprasional berdasarkan prinsip syariah maka diharapkan masyarakat tetap percaya untuk menempatkan dananyadi bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainul. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Pustaka Alvabet, Jakarta.
- Ikatan Aunatan Indonesia, 1999. *Standar Akuntansi Keuangan*. PSAK No. 17, Cetakan Keempat, Buku Satu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Keller dan Kotler. 2007, *manajemen pemasaran (edisi 12 jilid 1)*. PT.Indeks: jakarta.
- Anwar Prabu Mangkumanegara. 2005. *Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Wiroso. 2009. *Produk Perbankan Syariah (Dilengkapi UU No21/2008 Tentang Perbankan Syariah)*. LPFE Usakti: Jakarta.
- Ghozali Maski. 2010 “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang*”: Vol. 4, No. 1. Journal Of Indonesian Aplied Economics. Universitas Bariwijaya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Alfabeta: Bandung.
- Duwi Priyanto. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan Spss 20*. CV. Andi offset: Yogyakarta.

Diana Yumanita. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebangsentralan: Jakarta.

Word To PDF – Unregistered. 2008. *Sistem Sosial Budaya Indonesia*. Fisip UNS: (<http://www.Word-to-PDF-Converter.net>)



IAIN PALOPO



LAMPIRAN

IAIN PALOPO

KUESIONER

Kepada Yth,

Nasabah Bank Syariah Mandiri Palopo

Di-

Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Salam hormat, dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata I (SI) Institut Agamas Islam Negeri Palopo, saya :

Nama : Angraeny Arisha

NIM : 14.16.15.0002

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Sosial Budaya Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri Kota Palopo” sehubungan dengan itu, saya mohon bantuan dari bapak/ibu/saudara/I untuk meluangkan waktunya untuk mengisi koesioner penelitian ini.

Atas partisipasi bapak/ibu/saudara/I saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Hormat Saya

Angraeny Arisha

1. Identitas Responden

a. Umur :

- 20 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- > 50

b. Jenis Kelamin :

- L
- P

c. Pekerjaan :

- PNS
- Pegawai Swasta
- Pedagang
- Profesi
- Lain-Lain



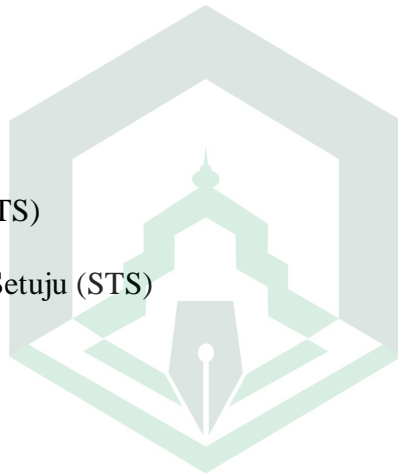
2. Penghasilan

- < 1.000.000
- 1.000.001 – 2.000.000
- 2.000.001 – 3.000.000
- 3.000.001 – 4.000.000
- 4.000.001 – 5.000.000
- > 5.000.000

3. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- a. Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini.
- b. Berilah tanda centang (√) pada kolom yang tersedia sebagai jawaban yang sesungguhnya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya atas pernyataan tersebut.
- c. Ada 5 (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Netral (N)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)



IAIN PALOPO

No	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
I	Faktor Sosial (X1)					
1.	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena menentang riba					
2.	Memilih Bank Syariah Mandiri karena saya ingin hidup islami					
3.	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena saya merasa puas dengan kinerja Bank Syariah Mandiri					
4.	Memilih Bank Syariah Mandiri karena berdekatan dengan rumah tempat tinggal					
5.	Karena Bank Syariah Mandiri sesuai dengan kelas Sosial saya					
6.	Saya memilih bank syariah mandiri karena ikut orang tua saya					
7.	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena disuruh teman dekat saya					

No	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
I	Faktor Budaya (X2)					
1.	Saya memilih Bank Syariah Mandiri sebab sesuai dengan ajaran islam					

2.	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena saya mengetahui tentang bunga bank yang haram					
3.	Saya Memilih Bank Syariah Mandiri karena bank ini teruntuk Nasabah Islam					
4.	Saya lebih suka memakai jasa Bank Syariah Mandiri daripada Bank Konvensional					
5.	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan Promosi memudahkan Saya untuk memahami Bank Syari'ah					
6.	Produk yang ada pada Bank Syari'ah sudah sesuai dengan keinginan saya					
7.	Keuntungan yang diperoleh Bank Syari'ah berpengaruh terhadap pembagian bagi hasil yang akan saya terima					
8.	Kinerja Bank Syari'ah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama yang ada					
9.	Saya memilih Bank Syariah agar patuh pada ajaran agama					
10.	Saya merasa Senang bisa menabung di Bank Syariah Mandiri					

**Variabel Sosial
(X1)**

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	5	4	4	2	4	3	3
2	4	5	4	2	4	2	2
3	4	5	5	3	2	3	3
4	4	4	4	2	4	3	2
5	4	3	3	2	4	4	4
6	2	3	3	4	4	4	3
7	5	5	4	4	4	4	3
8	5	5	5	4	3	4	4
9	4	2	3	3	3	4	5
10	5	5	5	4	4	4	3
11	5	5	4	4	4	4	4
12	4	4	5	4	4	3	5
13	5	4	4	4	4	5	4
14	4	4	3	2	5	2	4
15	5	5	5	4	4	4	5
16	5	5	4	4	3	4	4
17	4	4	3	3	2	4	2
18	3	5	4	4	4	4	4
19	5	4	5	5	4	4	4
20	5	5	5	4	4	4	4
21	5	5	5	4	4	4	5
22	4	4	3	2	5	2	2
23	5	4	4	4	3	5	3
24	4	4	5	4	4	3	4
25	5	5	4	4	4	4	3
26	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5
30	3	3	3	3	3	3	3
31	5	4	4	2	4	3	3
32	4	5	4	2	4	2	2
33	4	5	5	3	2	3	3
34	4	4	4	2	4	3	2
35	4	3	3	2	4	4	4
36	5	5	4	4	4	4	4
37	4	4	5	4	4	3	5

38	5	4	4	4	4	5	4
39	4	4	3	2	5	2	4
40	5	5	5	4	4	4	5
41	5	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5
45	3	3	3	3	3	3	3
46	2	3	3	4	4	4	3
47	5	5	4	4	4	4	3
48	5	5	5	4	3	4	4
49	4	2	3	3	3	4	5
50	5	5	5	4	4	4	3
51	5	5	4	4	3	4	4
52	4	4	3	3	2	4	2
53	3	5	4	4	4	4	4
54	5	4	5	5	4	4	4
55	5	5	5	4	4	4	4
56	4	5	5	3	2	3	3
57	4	4	4	2	4	3	2
58	4	3	3	2	4	4	4
59	2	3	3	4	4	4	3
60	5	5	4	4	4	4	3
61	5	5	5	4	3	4	4
62	4	2	3	3	3	4	5
63	3	5	4	4	4	4	4
64	5	4	5	5	4	4	4
65	5	5	5	4	4	4	4
66	5	5	5	4	4	4	5
67	4	4	3	2	5	2	2
68	5	4	4	4	3	5	3
69	4	4	5	4	4	3	4
70	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5
72	3	3	3	3	3	3	3
73	2	3	3	4	4	4	3
74	5	5	4	4	4	4	3
75	5	5	5	4	3	4	4
76	5	5	4	4	4	4	3
77	5	5	5	4	3	4	4
78	4	2	3	3	3	4	5

79	5	5	5	4	4	4	3
80	5	5	4	4	4	4	4
81	4	4	5	4	4	3	5
82	5	4	4	4	4	5	4
83	4	4	3	2	5	2	4
84	5	5	5	4	4	4	5
85	5	5	4	4	3	4	4
86	5	4	4	2	4	3	3
87	4	5	4	2	4	2	2
88	4	5	5	3	2	3	3
89	4	4	4	2	4	3	2
90	4	3	3	2	4	4	4
91	5	5	4	4	4	4	4
92	4	4	5	4	4	3	5
93	5	4	4	4	4	5	4
94	4	4	3	2	5	2	4
95	5	5	5	4	4	4	5
96	5	5	5	4	4	4	5
97	4	4	3	2	5	2	2
98	5	4	4	4	3	5	3
99	4	4	5	4	4	3	4
100	5	5	4	4	4	4	3

Variabel Budaya (X2)

No	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	5	4	4	4	4	5	5	5
2	5	5	4	4	4	4	3	4
3	4	4	3	5	5	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	3
5	5	4	4	4	5	3	5	4
6	4	3	2	4	4	4	4	3
7	4	4	4	3	4	4	5	4
8	5	5	2	5	5	4	4	3
9	4	5	4	4	4	4	2	2
10	4	5	4	4	5	4	4	3
11	5	5	5	3	4	5	4	4
12	4	5	4	4	5	4	2	4
13	5	4	4	5	5	5	4	4
14	4	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	4	3	4	5	4	4

16	5	5	3	4	5	4	4	4
17	4	5	4	4	4	4	3	2
18	5	5	3	5	4	4	4	3
19	4	5	4	4	5	4	5	3
20	5	5	3	5	5	5	4	4
21	4	4	4	3	5	5	4	4
22	5	5	4	4	5	4	3	4
23	4	5	5	4	5	5	4	2
24	5	4	4	5	4	4	5	4
25	4	3	5	4	4	4	4	3
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5
30	3	3	3	3	3	3	3	3
31	5	4	4	4	4	5	5	5
32	5	5	4	4	4	4	3	4
33	4	4	3	5	5	4	4	4
34	4	3	4	4	4	4	4	3
35	5	4	4	4	5	3	5	4
36	5	5	5	3	4	5	4	4
37	4	5	4	4	5	4	2	4
38	5	4	4	5	5	5	4	4
39	4	5	5	5	5	5	5	5
40	4	5	4	3	4	5	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	3	2	4	4	4	4	3
47	4	4	4	3	4	4	5	4
48	5	5	2	5	5	4	4	3
49	4	5	4	4	4	4	2	2
50	4	5	4	4	5	4	4	3
51	5	5	3	4	5	4	4	4
52	4	5	4	4	4	4	3	2
53	5	5	3	5	4	4	4	3
54	4	5	4	4	5	4	5	3
55	5	5	3	5	5	5	4	4
56	4	4	3	5	5	4	4	4

57	4	3	4	4	4	4	4	3
58	5	4	4	4	5	3	5	4
59	4	3	2	4	4	4	4	3
60	4	4	4	3	4	4	5	4
61	5	5	2	5	5	4	4	3
62	4	5	4	4	4	4	2	2
63	5	5	3	5	4	4	4	3
64	4	5	4	4	5	4	5	3
65	5	5	3	5	5	5	4	4
66	4	4	4	3	5	5	4	4
67	5	5	4	4	5	4	3	4
68	4	5	5	4	5	5	4	2
69	5	4	4	5	4	4	5	4
70	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5
72	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	3	2	4	4	4	4	3
74	4	4	4	3	4	4	5	4
75	5	5	2	5	5	4	4	3
76	4	4	4	3	4	4	5	4
77	5	5	2	5	5	4	4	3
78	4	5	4	4	4	4	2	2
79	4	5	4	4	5	4	4	3
80	5	5	5	3	4	5	4	4
81	4	5	4	4	5	4	2	4
82	5	4	4	5	5	5	4	4
83	4	5	5	5	5	5	5	5
84	4	5	4	3	4	5	4	4
85	5	5	3	4	5	4	4	4
86	5	4	4	4	4	5	5	5
87	5	5	4	4	4	4	3	4
88	4	4	3	5	5	4	4	4
89	4	3	4	4	4	4	4	3
90	5	4	4	4	5	3	5	4
91	5	5	5	3	4	5	4	4
92	4	5	4	4	5	4	2	4
93	5	4	4	5	5	5	4	4
94	4	5	5	5	5	5	5	5
95	4	5	4	3	4	5	4	4
96	4	4	4	3	5	5	4	4
97	5	5	4	4	5	4	3	4

98	4	5	5	4	5	5	4	2
99	5	4	4	5	4	4	5	4
100	4	3	5	4	4	4	4	3

Variabel Keputusan (Y)

No	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	3	4	5	4	5	4
2	5	5	5	5	5	4
3	4	4	4	3	4	3
4	5	4	4	3	4	4
5	4	4	5	5	4	3
6	4	4	4	5	5	4
7	4	3	5	4	4	5
8	4	4	4	5	4	4
9	4	3	4	4	4	4
10	5	4	4	5	5	3
11	5	4	4	4	5	4
12	4	4	4	5	5	3
13	4	4	3	4	4	4
14	4	5	4	3	3	3
15	4	4	4	3	4	5
16	4	4	5	5	4	3
17	4	4	4	5	5	4
18	4	3	5	4	4	3
19	3	4	5	4	5	4
20	5	5	5	5	5	2
21	4	4	4	3	4	4
22	4	3	5	4	4	2
23	3	4	5	4	5	4
24	5	4	4	5	5	5
25	5	4	4	4	5	4
26	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5
30	3	3	3	3	3	3
31	3	4	5	4	5	4
32	5	5	5	5	5	4
33	4	4	4	3	4	3
34	5	4	4	3	4	4

35	4	4	5	5	4	3
36	5	4	4	4	5	4
37	4	4	4	5	5	3
38	4	4	3	4	4	4
39	4	5	4	3	3	3
40	4	4	4	3	4	5
41	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5
45	3	3	3	3	3	3
46	4	4	4	5	5	4
47	4	3	5	4	4	5
48	4	4	4	5	4	4
49	4	3	4	4	4	4
50	5	4	4	5	5	3
51	4	4	5	5	4	3
52	4	4	4	5	5	4
53	4	3	5	4	4	3
54	3	4	5	4	5	4
55	5	5	5	5	5	2
56	4	4	4	3	4	3
57	5	4	4	3	4	4
58	4	4	5	5	4	3
59	4	4	4	5	5	4
60	4	3	5	4	4	5
61	4	4	4	5	4	4
62	4	3	4	4	4	4
63	4	3	5	4	4	3
64	3	4	5	4	5	4
65	5	5	5	5	5	2
66	4	4	4	3	4	4
67	4	3	5	4	4	2
68	3	4	5	4	5	4
69	5	4	4	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5
72	3	3	3	3	3	3
73	4	4	4	5	5	4
74	4	3	5	4	4	5
75	4	4	4	5	4	4

76	4	3	5	4	4	5
77	4	4	4	5	4	4
78	4	3	4	4	4	4
79	5	4	4	5	5	3
80	5	4	4	4	5	4
81	4	4	4	5	5	3
82	4	4	3	4	4	4
83	4	5	4	3	3	3
84	4	4	4	3	4	5
85	4	4	5	5	4	3
86	3	4	5	4	5	4
87	5	5	5	5	5	4
88	4	4	4	3	4	3
89	5	4	4	3	4	4
90	4	4	5	5	4	3
91	5	4	4	4	5	4
92	4	4	4	5	5	3
93	4	4	3	4	4	4
94	4	5	4	3	3	3
95	4	4	4	3	4	5
96	4	4	4	3	4	4
97	4	3	5	4	4	2
98	3	4	5	4	5	4
99	5	4	4	5	5	5
100	5	4	4	4	5	4

IAIN PALOPO